

# PRIX COURANT

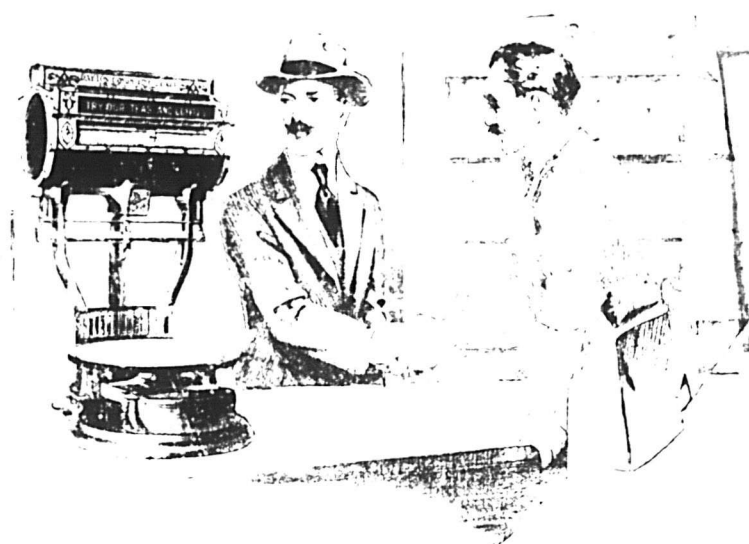
## JOURNAL DU COMMERCE



ondé en 1887

MONTREAL, vendredi 24 octobre 1919.

Vol. XXXII—No 43



**LA BALANCE DAYTON  
DANS VOTRE MAGASIN  
EST UNE BONNE  
INDICATION A  
VOTRE BANQUIER**

**E**LLLE inspire la confiance. La présence d'une balance Dayton dans votre magasin a des effets plus étendus que vous ne le croyez. Elle assure des pesées exactes et des conditions de prix absolument précises aussi. Tous ceux qui voient une Balance Dayton dans votre magasin ont une meilleure opinion de vous et de votre établissement parce qu'elle s'y trouve. C'est la marque d'un marchand de progrès. C'est un signe que les clients y sont traités équitablement. Elle porte vos commis à être un peu plus fiers de l'homme pour qui ils travaillent. Elle montre à vos clients que vous êtes non seulement un marchand prospère, mais encore que vous êtes judicieux, moderne et progressif.

La balance illustrée ici projette votre annonce lumineuse chaque fois que vous l'employez. Votre magasin est bien annoncé. Faites venir notre nouveau catalogue illustré.

### DAYTON COMPUTING SCALES

(FAITES AU CANADA)

212 RUE MCGILL, MONTREAL.

Bureau Principal et Manufactures: Avenues Royce et Campbell, Toronto, Ont.

Aussi à WINNIPEG et VANCOUVER.

FRANK E. MUTTON,  
Vice-prés. et gérant général.

Division de l'International Business Machines Co., Limited. Aussi fabricants des Enregistreurs de temps International et des machines à calculer Hollerith à l'électricité.

LA CHAUSSURE est la marque d'élégance de toute femme ou de tout homme.

LE CONTREFORT est le principal agent de la CHAUSSURE ELEGANTE.

Les

# CONTREFORTS DE CONFIANCE BENNETT

*TRADE MARK*

assurent une élégance durable à toutes chaussures en même temps que le plus agréable confort.

C'est pour cette raison que *les Gens* ne devraient porter que les chaussures munies du Contrefort Bennett; *les Marchands* ne devraient vendre que les chaussures munies du Contrefort Bennett; *les Manufacturiers* ne devraient employer que le Contrefort Bennett dans leur fabrication.



**BENNETT LIMITED**

FABRICANTS DE  
FOURNITURES  
POUR  
CHAUSSURES

CHAMBLY CANTON, P.Q.,  
CANADA.

BUREAU DES VENTES

59 rue St-Henri  
Montréal

BUREAU D'ONTARIO

28 rue King Est  
Kitchener





## Parlant de Nous-Mêmes

**C**OMME nos clients le savent déjà, nous décourageons fortement le placement de commandes pour plus de 60 jours à l'avance, en dépit du fait que certains détaillants sont prêts à placer des commandes à des prix avancés pour le printemps. Toutefois, nous croyons que cette ligne de conduite de notre part est absolument la bonne, vu les conditions actuelles du marché, et qu'elle produira une réaction qui sera au bénéfice du commerce du détail autant qu'au nôtre.

Le fait de placer des commandes aujourd'hui pour livraison au printemps ne fera qu'ajouter au fardeau que le marché déjà surchargé doit porter. Cela oblige les manufacturiers à sur-enchérir sur le cuir et les autres matières premières bien à l'avance de leurs besoins immédiats, faisant monter ainsi les cotations davantage.

Quant à nous, nous n'hypothéquons pas l'avenir, ni ne concillerons à nos clients de le faire. Nous allons maintenir à nos succursales des stocks de chaussures — non pas seulement des *promesses* de chaussures — à des prix basés sur le coût actuel de la main-d'oeuvre et des matières premières. Nous accepterons des commandes pour livraison en 60 jours, ou des commandes pour *expédition immédiate du stock*. Nous tiendrons nos clients constamment et systématiquement informés quant aux modèles avec lesquels nous sommes prêts à faire une livraison immédiate. Nous nous tiendrons dans une position telle que chaque fois qu'une réaction du marché se produira nous pourrions en faire profiter nos clients le plus vite possible.

### AMES HOLDEN McCREADY

LIMITED

HALIFAX, ST. JOHN, QUEBEC, MONTREAL, OTTAWA, TORONTO, LONDON, WINNIPEG,  
REGINA, SASKATOON, CALGARY, EDMONTON, VANCOUVER



# Le coût élevé de la vie et le détaillant

**Ce sont plutôt les stocks morts que les profits exorbitants qui rendent le coût de la distribution si élevé. — Comment un plus grand nombre d'écoulements de stock réduit le pourcentage des dépenses, permettant au détaillant de donner de meilleures valeurs et en même temps, de faire plus d'argent.**

**P**RENEZ n'importe quel journal quotidien ou hebdomadaire, et vos yeux sont presque invariablement attirés par cette phrase: "Le coût élevé de la vie." C'est certainement le sujet le plus populaire du jour. Toutes sortes de remèdes, sages ou autres, sont préconisés. De senquêtes, qui font ou ne font pas d'investigations, accomplissent lentement leur travail dans des salles de comité. Des exemples stupéfiants d'une catégorie ou d'une autre sont cités pour préconiser certaine panacée ou prouver une soi-disant conspiration. L'esprit public est complètement embrouillé par des opinions absolument opposées, et sans que l'on sache comment y remédier, il est constamment porté à se former une certaine opinion à lui. Bref, le "coût élevé de la vie" est devenu une "question publique"—une question que le citoyen concien-cieux, peu importe sa position sociale, ne peut s'empêcher de considérer.

Une grande partie du blâme pour les conditions actuelles a été mis sur le dos du détaillant. C'est, croyons-nous, une grande injustice. Le fait est que, ici et là, certains détaillants ont été trouvés coupables d'avoir fait des profits exorbitants, mais ce n'est pas une preuve concluante. Il y a des mauvaises herbes dans tous les jardins. Mais nous connaissons un grand nombre de détaillants concien-cieux et animés d'esprit civique pour qui le poids de cette accusation est inquiétant. Ils savent qu'ils ne font pas de profits extraordinaires; mais ils commencent à se demander si le système de distribution du détail est en réalité un système économique, et s'ils ont réellement droit — au point de vue du bien-être public en général — à la marge de profits qu'ils sont forcés de placer sur leurs marchandises. Il est vrai qu'ils ne peuvent continuer à exister comme détaillants sur une marge de profits plus petite. Mais, dans l'intérêt du public même, leur existence n'est-elle pas nécessaire? Le système de la vente au détail mérite-t-il d'être conservé, ou ne devrait-il pas plutôt être remplacé par un système de distribution plus économique, pouvant fonctionner avec une plus petite marge de profits et de cette manière alléger le fardeau que doit supporter le public consommateur?

**Pas de système meilleur marché**

D'une façon générale, le doute à en

sujet peut être dissous tout de suite d'une manière positive. Nul système de distribution établi jusqu'ici, ne saurait être plus économique que le système du détail. Beaucoup ont prétendu l'être, mais un examen sérieux des faits a prouvé qu'ils ne l'étaient pas. Les magasins à rayons, les magasins à succursales, les manufacturiers, les maisons vendant par correspondance et les magasins coopératifs ont proclamé chacun, qu'ils accomplissaient des économies dans la distribution au point d'éliminer le détaillant indépendant comme institution. Et chacun par contre, a découvert que ce qui avait été économisé d'une manière devait être dépensé d'une autre. Le coût d'obtenir les marchandises des points où elles sont produites, jusqu'aux endroits où elles sont demandées demeure, à parler franc, le même, quelle que soit la méthode employée. Et, en fin de compte, les éléments de service public et de commodité publique font pencher la balance chaque fois en faveur du marchand détaillant indépendant.

Le fait que le système de détail a subi avec succès tous les assauts qui lui ont été livrés et toutes les formes de concurrence dont il a été l'objet est une preuve suffisante qu'il est appelé à survivre.

Ainsi donc, le détaillant ne peut avoir de doute en principe général, sur l'utilité de son existence. Si quelques théoriciens l'informent qu'il représente un fardeau outrageant pour le public, il peut se montrer satisfait de savoir qu'aucun système encore inventé n'a pu en définitive accomplir le même travail à meilleur marché.

Il est donc complètement injuste d'attribuer le blâme du coût élevé de la vie au système de détail, et de susciter l'indignation contre la classe des marchands détaillants.

Et nous sommes persuadés que le remède au coût élevé de la vie ne saurait être trouvé dans une réforme complète du système de distribution, mais bien plutôt dans une amélioration patiente et intelligente du système que nous avons actuellement. Le détaillant individuel ne peut améliorer les conditions en cessant d'être détaillant, mais il peut y contribuer dans une large mesure en devenant un meilleur détaillant.

**Les dépenses déraisonnables sont le principal fardeau**

Si tant est que le système de détail est bien aussi économique que tout autre système, si non PLUS, il ne s'en suit pas qu'il soit aussi économique qu'il devrait l'être. La difficulté ne réside pas dans les profits déraisonnables, mais dans les DÉPENSES déraisonnables. Du fait des stocks morts, il en coûte trop au détaillant pour faire son ouvrage. La plus grande contribution que le détaillant individuel puisse apporter à la solution de cette question éminemment publique, est de réduire ses dépenses en augmentant le nombre de ses écoulements de stocks. Et il est un fait assez curieux et presque paradoxal c'est qu'il en résultera plutôt plus que moins de profits nets pour lui!

Supposons par exemple quelques chiffres spécifiques. Voici John Jones, par exemple, dont les frais s'élèvent à 28 pour cent de ses ventes brutes. Sans entrer dans des détails, ses dépenses s'établissent comme suit:

Dépenses courantes	
Loyer . . . . .	6%
Intérêt . . . . .	6%
Chauffage, éclairage, assurance, etc . . . . .	2%
	14%
Dépenses d'exploitation	
Commis vendeurs . . . . .	8%
Achats . . . . .	1%
Publicité . . . . .	2%
Fret et express . . . . .	1%
Marchandises retournées, pertes par crédit, etc . . . . .	2%
	14%
Total . . . . .	28%

Supposons pour être plus clair encore, qu'en faisant les chiffres ci-dessus John Jones écoule son stock exactement une fois dans l'année, il gagne 33 1-3% de profits bruts sur ses ventes, et il marque ses marchandises 50% au-dessus du prix de facture. John est-il un profiteuse? Nous ne le croyons pas, car il ne fait que 5 1-3% de profits nets.

Si ses ventes sont de \$30,000 par an, il n'a que \$1,600 pour sa subsistance sans compter le soutien de sa famille et les contributions aux organisations locales de charité.

**Ce qu'il advient des dépenses courantes.**

Mais supposons à présent que John Jones dans le même magasin, et sans augmenter la somme investie dans son stock est capable d'écouler son assortiment deux fois au lieu d'une. La première chose qui se produit est que ses pourcentages fixes sont coupés mathématiquement en deux. Son loyer, au lieu de représenter 5% de ses ventes brutes, n'est que de 3% du double du montant des ventes brutes. Tant que son stock est gardé bas, les frais d'intérêt demeurent les mêmes. Et il n'en coûte pas plus pour le chauffage, l'éclairage et l'assurance, que ce qu'il en coûtait avant. Ainsi donc, les dépenses régulières de Jones sont à présent comme suit:

Loyer . . . . .	3%
Intérêt . . . . .	3%
Chauffage, éclairage, assurance, etc. . . . .	1%
	<hr/>
	7%

Au demeurant, les dépenses d'opération augmenteront avec l'accroissement des ventes. Mais n'oublions pas qu'il s'agit ici de pourcentage, et qu'à moins que les dépenses doublent réellement, quand les ventes sont doublées, la part du pourcentage se trouve réduite. Admettons donc que les frais d'opérations de Jones doublent en réalité et que les pourcentages restent les mêmes, il est probable que la chose n'arrivera pas, il ne faudra pas deux fois autant de commis, par exemple, mais supposons-le quand même. Voici donc quelles seront les dépenses de Jones avec deux écoulements de stock au lieu d'un.

**Dépenses courantes**

Loyer . . . . .	3%
Intérêt . . . . .	3%
Chauffage, éclairage, assurance, etc. . . . .	1%
	<hr/>
	7%

**Dépenses d'opération**

Commis . . . . .	8%
Frais d'achats . . . . .	1%
Publicité . . . . .	2%
Fret et express . . . . .	1%
Marchandises retournées, pertes par dettes, etc. . . . .	2%
	<hr/>
	14%
	<hr/>
Total . . . . .	21%

En doublant son écoulement de stock, Jones a économisé 7%. Mais 7% sur quoi? Non pas sur l'ancien chiffre de \$30,000 des ventes brutes, mais exactement du double de cette somme. Il a économisé 7% de \$60,000, soit \$4,200 pour être exact. Et ceci représente une économie VÉRITABLE, car elle a été obtenue sans l'emploi d'aucun capital additionnel. Jones se trouve en mesure à présent de réduire ses prix, et de donner à ses clients des valeurs meilleures que jamais. Et en même temps, il fait plus d'argent pour lui-même.

Qu'une semblable chose se produise sur une vaste échelle, parmi plusieurs milliers de détaillants, une réduction indubitable dans le coût de la vie en résultera inévitablement.

**Fantastique mais révélateur**

Pour montrer combien rapidement les économies s'entassent quand l'écoulement du stock est augmenté, supposons que notre ami John Jones fait six écoulements de stock au lieu d'un. La chose peut paraître fantastique mais elle est révélatrice. Voici quelles seront ses proportions de dépenses:

**Dépenses courantes**

Intérêt . . . . .	1%
Loyer . . . . .	1%
Chauffage, éclairage, assurance, etc. . . . .	½%
	<hr/>
	3 1-3%

**Dépenses d'opération**

Mêmes qu'avant . . . . .	14%
	<hr/>
Total . . . . .	16 2-3%

Jones a économisé à présent 11 2-3%. Mais c'est 11 2-3% de \$180,000, ce qui donne la jolie somme de \$21,000! Si Jones continuait encore à prendre ses 33 1-3% de profits bruts il deviendrait en vérité ce que l'on appelle un profiteur. Car ses profits nets s'élèveraient à \$30,000 par an, soit à son chiffre d'affaires brutes totales s'il ne faisait qu'un écoulement de stock au lieu de six.

Ces exemples sont-ils exagérés? Pas du tout. Comparativement, peu de détaillants seraient capables de multiplier leur écoulement de stock annuel par six, et c'est déjà un bon résultat dans le commerce de la chaussure que de le doubler. Mais le principe demeure quand même, et même une petite augmentation dans le nombre d'écoulement de stock rapporte des bénéfices en proportion. Et si chaque détaillant du Canada s'appliquait particulièrement à tenir des marchandises plus faciles à vendre, et s'il achetait plus souvent par plus petites quantités, il vendrait trois paires contre deux qu'il vend actuellement, et cela aurait son effet sur le coût de la vie tout en plaçant en même temps le commerce canadien de la chaussure dans une position bien meilleure.

En résumé, le détaillant de chaussures qui désire réellement aider à réduire le coût élevé de la vie ne peut mieux y arriver qu'en servant ses propres intérêts—en devenant un détaillant plus efficace, en augmentant son écoulement de stock, en réduisant le pourcentage des dépenses par rapport aux ventes et en faisant somme toute plutôt par an plus d'argent que moins. Et la manière d'en arriver là comme nous l'avons déjà souligné est d'acheter en plus petite quantité exactement quand les marchandises sont demandées, d'acheter plus souvent et de s'en tenir à des lignes qui sont de bonne vente parce qu'elles ont derrière elles une demande publique toute préparée.

**AMES HOLDEN McCREADY**  
LIMITED.

*“Cordonniers de la Nation”*

T. H. RIEDER, président.

- |         |          |         |          |           |         |        |
|---------|----------|---------|----------|-----------|---------|--------|
| HALIFAX | ST. JOHN | QUEBEC  | MONTREAL | OTTAWA    | TORONTO | LONDON |
|         | WINNIPEG | CALGARY | EDMONTON | VANCOUVER |         |        |



**Peu Importe ou vous Demeurez—  
Quels soient vos Besoins—La Plus  
Grande Maison de Chaussures du  
Canada est à votre Service**

Le Système AHM offre aux détaillants canadiens un service complet en tout ce qui concerne les chaussures. Peu importe où vous tenez magasin — quels que soient les besoins particuliers de votre clientèle — la Succursale de Stock AHM est à votre disposition, prête à vous donner un service rapide et sur lequel vous pouvez compter.



**Articles en cuir, Claques, Chaussures  
Blanches, Chaussures de Tennis et de  
Récréation, Chaussures en Feutre.**



Nous n'avons pas à insister sur la commodité et l'économie de la centralisation de vos achats au lieu de leur éparpillement. Plus de 5,000 détaillants canadiens apprécient déjà l'importance de cela — l'avantage de faire affaires avec une maison qui peut donner un service de stock rapide et sur lequel on peut compter avec *toutes* les variétés de chaussures.

**AMES HOLDEN McCREADY**

LIMITED.

*“Cordonniers de la Nation”.*

T. H. RIEDER, Président.

Halifax, St. John, Québec, Montréal, Ottawa, Toronto, London, Winnipeg, Régina, Saskatoon, Calgary,  
Edmonton, Vancouver.



## Chaussures à un Dollar la Paire !

**U**N dollar achète plus lorsqu'il achète plus souvent. Dépensez vos dollars assez souvent — écoulez votre stock assez vite — et vous pouvez prendre en stock une paire de chaussures pour chaque dollar de votre capital.

Une idée fantastique? Etudions la chose. Si un capital de \$5,000 peut acheter mille paires de chaussures de toutes sortes à partir de celles pour bébés, il en achètera deux mille paires si vous le dépensez deux fois. Dépensez-le cinq fois dans un an et voyez ce qui arrivera.

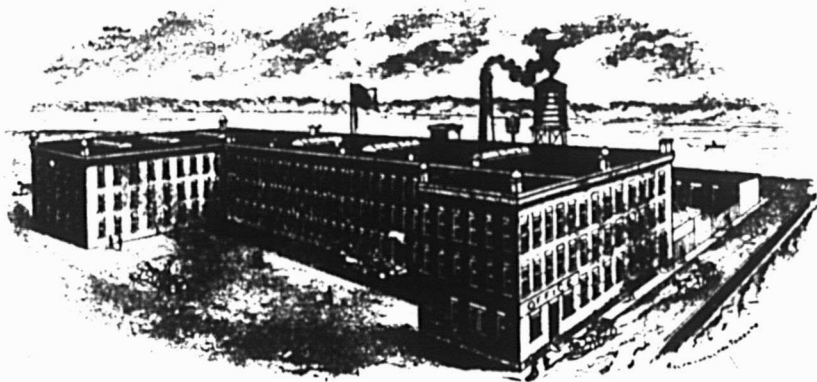
C'est en cela que consiste l'écoulement du stock. C'est ce qu'il y a de plus important en affaires. Et le système de stock aux succursales AHM est la plus grande aide pour augmenter le nombre des écoulements.

**AMES HOLDEN McCREADY**  
 LIMITED.

T. H. RIEDER, Président.

*“Cordonniers de la Nation.”*

Halifax, St. John, Québec, Montréal, Ottawa, Toronto, London, Winnipeg, Saskatoon, Régina,  
 Calgary, Edmonton, Vancouver.



## EDIFIEZ UN COMMERCE D'AVENIR

C'est l'homme qui cherche à établir un commerce permanent qui voit ses efforts couronnés de succès. Il se préoccupe de donner à ses clients un service véritable et pour y réussir il doit avoir des articles de confiance.

Toute cette ligne de conduite peut se résumer par un mot:

# YAMASKA

car c'est la marque de chaussures qui donne toujours satisfaction et qui est faite par la



La Compagnie

## J. A. & M. Côté

St-Hyacinthe, P.Q.



## Ce que les autres Marchands pensent des Semelles Neolin

### TRURO SHOE REPAIRING FACTORY

T. TORRAVILLE, Propriétaire.

Truro, N.-E., 28 février 1919.

Goodyear Tire & Rubber Co., of Canada,  
Toronto, Ont.

Messieurs.

Celui qui écrit cette lettre a suivi avec intérêt votre campagne de publicité pour les Semelles Neolin, ainsi que la grande demande qui en est résulté. Je suis depuis quelques années dans le commerce de la fabrication sur commande et de la réparation des chaussures, et naturellement, je considérais le cuir comme la semelle idéale pour les chaussures. Il y a environ trois ans, je commençai à me servir de la Neolin, modèle 146. A mesure que mes clients constataient que ces semelles leur donnaient satisfaction, et lorsque je fus fermement convaincu qu'en recommandant les Neolin je vendais une semelle offrant plus d'avantages que n'importe quelle autre semelle sur le marché, je commençai à porter une attention toute spéciale sur ces semelles. Le modèle 196 fut ajouté à notre stock, et il a donné une splendide satisfaction.

Lorsqu'un client se présente, je lui montre le modèle 146 et le modèle 196 en lui expliquant que la semelle plus épaisse ne coûte que 25c de plus et qu'elle donnait également 25% plus de durée. Les clients acceptent facilement le modèle 196. Je constate que les hommes marchent beaucoup, et ceux qui font un travail dur préfèrent la semelle épaisse. J'ai également remarqué que la demande pour ces semelles était bonne pour l'automne et l'hiver.

Je trouve que la Neolin est une semelle avec laquelle on a du plaisir à travailler. J'aime à la coudre sur ma machine et les apprentis aiment à la finir sur la finisseuse. Je n'hésite jamais à recommander les Semelles Neolin.

J'ai aussi beaucoup employé les talons de caoutchouc Wing-foot et je préfère les employer parce que je sais qu'en les employant le client obtient la meilleure valeur.

Tout comme la machinerie moderne a remplacé l'ancienne méthode de réparer les chaussures à la main, de même les Neolin remplaceront les semelles de cuir, et le consommateur comme celui qui fait la réparation y gagneront tous deux.

Si mon expérience et les renseignements donnés dans cette lettre peuvent vous être de quelque utilité, vous êtes libres de vous en servir de la manière que vous voudrez.

Vous souhaitant un succès continu dans la vente de vos très excellents produits, croyez-moi,

Votre tout dévoué,

(Signé) T. TORRAVILLE.

## NEOLIN—la semelle qui donne la plus longue durée sur le marché.

La longue durée des chaussures veut dire économie pour l'acheteur — et la grande majorité des gens *doivent être* économes. A cause de cela, et parce que les chaussures munies des Semelles Neolin *durent longtemps* — les Semel-

les Neolin *font faire des ventes répétées* — au marchand et au manufacturier de chaussures.

THE GOODYEAR TIRE & RUBBER  
CO. OF CANADA, LIMITED,  
Toronto, Ont.

# neolin Soles

N'attendez pas à  
l'hiver pour com-  
mander vos  
chaussures.



Nous vivons d'incertitudes.

La matière première se fait rare et les condi-  
tions de travail sont difficiles.

Ne courez pas de risques et soyez prêts.

Demandez notre catalogue.

# THE SLATER SHOE

*(La Véritable Slater)*

# The Breithaupt Leather Co., Ltd.

*Les plus grands et les plus prospères  
Manufacturiers de cuir de haute qualité.*

Employez pour la fabrication de vos chaussures un ou plusieurs de nos six fameux tannages de

**CUIR A SEMELLES**

— EN —

**HEMLOCK, UNION ET OAK**

**THE BREITHAUPT LEATHER Co., Ltd.**

*Fabricants du "Cuir à semelles qui sert de modèle au Canada."*

Bureaux de ventes: A Québec, Montréal, Toronto, Kitchener, Vancouver.

Tanneries à: Kitchener, Penetang, Hastings, Woodstock.

Bureau principal: Kitchener.

Breveté le

26 Octobre 1915.

Breveté le

30 Décembre 1913.

## LE BOUT RAPPORTE "VULCO-UNIT"



est adopté par les manufacturiers de chaussures perspicaces comme la seule solution à tous les ennuis que leur occasionne leur bout rapporté (box Toe).

Absolument imperméable et à l'épreuve de la sueur.

# Beckwith Box Toe Limited

Sherbrooke, Qué., Canada.





# ANNONCE SPÉCIALE



L'objet de notre Campagne d'Annonce qui commencera dans la dernière semaine d'Octobre et se continuera durant toute la saison est de faire mieux connaître à vos Clients la bonne qualité et le style des produits COLUMBUS et d'augmenter vos ventes.

Nous nous servons d'une liste choisie de quotidiens et de journaux de fermes dans cette campagne.

La liste a été choisie dans le but de seconder nos Clients et d'augmenter la vente de Claques COLUMBUS.

Les CLAQUES COLUMBUS vous seront demandées, et vous vous servirez mieux ainsi que votre Clientèle en les ayant en mains.

Plusieurs nouvelles formes ont été ajoutées à la ligne pour ajuster les nouveaux modèles de chaussures. Nos claques Brunes faites sur différentes formes sont ce qu'il vous faudra pour les chaussures brunes qui sont en si grande demande.

Une pancarte très attrayante pour la vitrine et l'intérieur de votre magasin est maintenant prête ainsi qu'un petit livret très intéressant surnommé "SAFE STEPS" pour la distribution à vos Clients.

Ces pancartes et livrets seront envoyés sur demande.

Enchaînez votre magasin avec l'annonce. C'est profitable.

## THE COLUMBUS RUBBER CO. OF MONTREAL, LIMITED.

1349 RUE DEMONTIGNY EST, MONTREAL

*Succursales*

MONTREAL

OTTAWA

WINNIPEG

CALGARY.

---

# UNE LIGNE QUI RÉPOND A UNE GRANDE DEMANDE

---

Les détaillants de chaussures qui mettent en évidence cette ligne de chaussures constatent qu'elle répond parfaitement aux demandes variées de la majorité de leur clientèle. Cette ligne offre un choix de modèles à la dernière mode et d'une qualité qui assure au client la pleine valeur de son argent, la satisfaction par l'apparence élégante, l'ajustement confortable et la longue durée. Sa QUALITE RECOMMANDABLE assure des VENTES REPETEES.

“ DALACO ”

Goodyear pour Hommes

---

*DAOUST, LALONDE & CO., Limitée*  
**MONTREAL.**

Succursale: The Metropolitan Shoe Co., 91 rue St-Paul, Montréal.

---

# POUR QUE VOTRE COMMERCE SOIT PROFITABLE

Il vous faut tenir en magasin des chaussures qui *donneront satisfaction* à votre clientèle et vous assureront des *ventes répétées*.

Les CHAUSSURES GERMAIN sont faites pour donner satisfaction à votre clientèle, quelque difficile qu'elle soit et vous n'êtes pas sans savoir qu'un CLIENT SATISFAIT est un superbe actif pour le marchand.

Les chaussures GERMAIN sont JOLIES, DURABLES et offrent un CHOIX de modèles pour plaire à tous les goûts.

UNE COMMANDE D'ESSAI FERA PLUS QUE  
TOUT CE QUE NOUS POURRIONS DIRE ICI.

Voyez nos représentants ou écrivez-nous avant de placer vos commandes.

## LOUIS GERMAIN

*Spécialiste en fait de chaussures "Turn" pour enfants.*



251 Rue Christophe-Colomb, MONTREAL.

H. O. McDOWELL

H. N. LINCOLN

# INTERNATIONAL SUPPLY CO.

Importateurs  
Manufacturiers



"Jobbers"  
Agents vendeurs

Succursale de l'Est:  
401 EDIFICE CORISTINE  
Montréal.

**MACHINERIE CREPINS ET  
ACCESSOIRES de FABRIQUES de**

**CHAUSSURES**

Bureau-chef et fabrique:  
37 RUE FOUNDRY S.  
Kitchener.

### REPRESENTANTS:

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <p>American Lacing Hook Co., Waltham, Mass. Crochets à lacets et machines pour fixer les crochets.</p> <p>Armour Sand Paper Works, Chicago, Ill. Tissu et papier Crystolon pour frapper et dégraisser.</p> <p>Boston Leather Stain Co., Boston, Mass.</p> <p>Encres, teintures, cires, etc., Blanchiment Cyclone.</p> <p>The Ceroxylon Co., Boston, Mass. Ceroxylon, la cire liquide parfaite.</p> | <p>Dean Chase Co., Boston, Mass. Articles pour chaussures, fil de coton.</p> <p>The Ls. G. Freeman Co., Cincinnati, O. Machinerie à chaussures.</p> <p>Hazen Brown Co. Brockton, Mass. Bouts rapportés imperméables, Gomme, ciment à caoutchouc.</p> <p>Lynn Wood Heel Co., Keene, N.H. Talons en bois et blocs pour emporte-pièce.</p> <p>Markem Machine Co., Boston, Mass. Machines à marquer et frapper, composés, encres.</p> <p>M. H. Merriam &amp; Co., Boston, Mass. Machines à coudre, à arrêter, etc.</p> | <p>Puritan Mfg. Co., Boston, Mass. Machines à coudre avec fil ciré. Procédé Poole pour fausses semelles Goodyear.</p> <p>The S. M. Supplies Co., Accessoires de fabriques, Aiguilles, etc.</p> <p>J. Spaulding &amp; Sons Co., N. Rochester, N.H. Contre-forts garantis en fibre, fausses semelles en fibre.</p> <p>The Textile Mfg. Co. Toronto, Ont. Lacets à chaussures.</p> <p>United Stay Co., Cambridge, Mass. Cuir et imitation de cuir, Trépointe, etc.</p> |
|--|--|---|



# LES SEMELLES PANTHER

représentent la *meilleure valeur* sur le marché --- tant pour le *client* que pour le *marchand*.

Pour le beau temps ou le mauvais temps, ce sont les semelles qui donnent le *meilleur service*.



Ces semelles en fibre éprouvée s'adaptent à n'importe quelle catégorie de chaussures — pour le travail ou pour la toilette. Pour le ressemelage, les semelles PANTHER sont supérieures à celles en cuir sous les rapports de la durée, de l'imperméabilité et de la légèreté, sans compter la facilité avec laquelle elles peuvent être posées. Toutes les couleurs ordinaires au choix.

Les talons en caoutchouc "Sure Step" Panther sont bien connus d'une partie de notre population. Ces talons durent longtemps et le fait de les essayer c'est les adopter.

*Pour plus de renseignements touchant ces produits de qualité supérieure, écrire à*

**Panther Rubber Co., Limited**  
SHERBROOKE, QUE.

## Nos Trois Produits "PERFECT"

de plus en plus connus sur le marché voient leur popularité augmenter de jour en jour.

Notre Contrefort "Perfect" est le type même de la perfection; il combine la solidité et la résistance à l'humidité, la forme pour l'ajustement parfait et le dessin pour chaussures de style. Son prix est extrêmement avantageux et défie toute concurrence à qualité égale.

Nos contreforts "Perfect" No 1 sont faits de la meilleure qualité. Ils sont garantis durer plus longtemps que n'importe quelle chaussure.

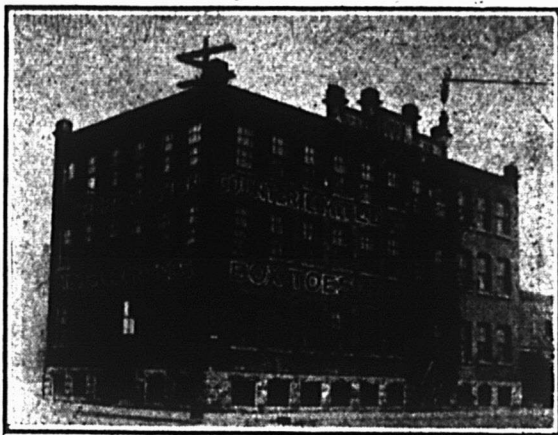
Nos "Box Toes" (bouts) "Perfect" en feutre assurent la rigidité absolue de la chaussure et par le fait même sont une garantie de son élégance. Nos Box Toes sont faciles à travailler entre les mains de l'opérateur.

Notre Tolle à fausses-semelles "Perfect" donne de la souplesse à la bottine, en outre elle est imperméable. Elle est bien supérieure à la fausse-semelle en fibre et se travaille avec beaucoup plus de facilité dans la fabrication de la chaussure. Les marchands-détailants de chaussures devraient tous exiger les chaussures munies de fausses-semelles faites avec notre tolle "Perfect". Notre produit est au moins l'égal du cuir pour la durée et le dépasse en souplesse et en élasticité.

Exigez les CONTREFORTS, les BOUTS (Box Toes), et les FAUSSES-SEMELLES en tolle marque

# PERFECT

sur les chaussures que vous achetez. C'est pour vous et vos clients une garantie de satisfaction.



## Perfection Counter, Limited

699 Avenue Letourneux,  
(Coin Ernest)

MONTREAL.

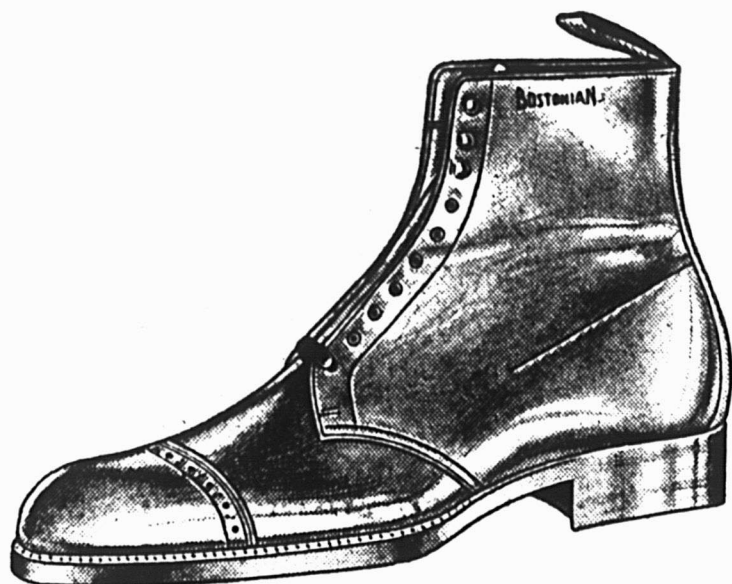
Agents pour la ville de Québec: MM. Dupéré et Garant,  
610-612 rue St-Valier, Québec.



**Achetez de bonne heure vos escarpins et souliers pour la saison du printemps.**

**Tous nos voyageurs sont à votre disposition.**

**The Rena Footwear Company Limited**  
Rue Ernest et 3ème Avenue - - - - MONTREAL.

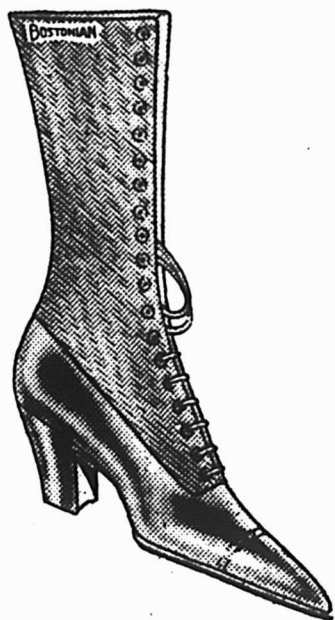


## NOUS NE SOMMES PLUS A LA MEME EPOQUE

Il y a cinq ans, la fabrication et la mise sur le marché des chaussures étaient une opération simple, ou une série d'opérations simples, comparés aux conditions actuelles. Aujourd'hui, ce n'est plus la même chose. Le cuir est rare, les prix sont élevés et sujets à des fluctuations, la qualité est incertaine, les livraisons sont lentes. Mais la

## VIEILLE MAISON DE CONFIANCE DE ROBINSON

avec ses stocks immenses et ses facilités efficaces vous ramène plus près de ces jours d'avant la guerre, en ce qui concerne son service, que n'importe quelle autre chose. Et à présent, comme alors, les valeurs que nous offrons sont les meilleures qu'il soit possible d'offrir actuellement et les seules qu'un immense pouvoir d'achat puisse permettre de donner.



*Placez vos commandes maintenant et vous verrez que nous  
vous donnerons satisfaction.*

# JAMES ROBINSON

**MONTREAL.**



# THE ROBSON LEATHER CO., LIMITED

TANNEURS et CORROYEURS

Oshawa — Canada

Montréal:  
52 Square Victoria

Québec:  
15 rue Belleau

*CORRESPONDANCE SOLLICITEE*



## CIRAGE A CHAUSSURES "NUGGET"

Le Cirage que tout le monde demande.

Ne dites pas : "Nous ne l'avons pas". Commandez-en immédiatement et prenez votre part des profits.

En noir, tan, rouge et brun foncé.

The Nugget Polish Co., Limited

Toronto.





# Commandez Immédiatement

## DE VENTE CERTAINE—PROFITABLE—RAPIDE

Les chaussures en canevas de la "Marque Outing" sont bien connues du commerce canadien de la chaussure. Une qualité et des modèles supérieurs leur ont gagné une place reconnue dans le stock de tous les marchands de chaussures progressifs. Lorsque vous placez une commande de chaussures portant la "Marque Outing" vous n'expérimentez pas avec des marchandises inconnues et non éprouvées, mais vous vous procurez des lignes qui sont bien connues et qui sont de vente rapide et profitable. Préparez aujourd'hui la liste de ce qu'il vous faut. Faites-la aussi longue que l'exige vos besoins de la saison prochaine et tâchez qu'elle soit prête lorsque notre voyageur passera chez vous.

Toutes les commandes placées avant le 1er décembre 1919, sont sujettes à un escompte de 5% accordé sur les commandes placées de bonne heure.

*"Gardez votre plus grande liste pour les chaussures de la "Marque Outing."*

### Distributeurs pour la Province de Québec:

J. H. LAROCHELLE & FILS, Ltée	Québec, Qué.
J. H. BEGIN, ENREG. - - - -	Québec, Qué.
EASTERN TOWNSHIP SHOE CO. -	St-Hyacinthe, Qué.
BIGNELL & KNOX - - - - --	Montréal, Qué.
THOMPSON SHOE CO. LTD. -	Montréal, Qué.
CANADA SHOE - - - - -	Montréal, Qué.



*Outing*  
TRADE MARK  
G.P. & R. LTD

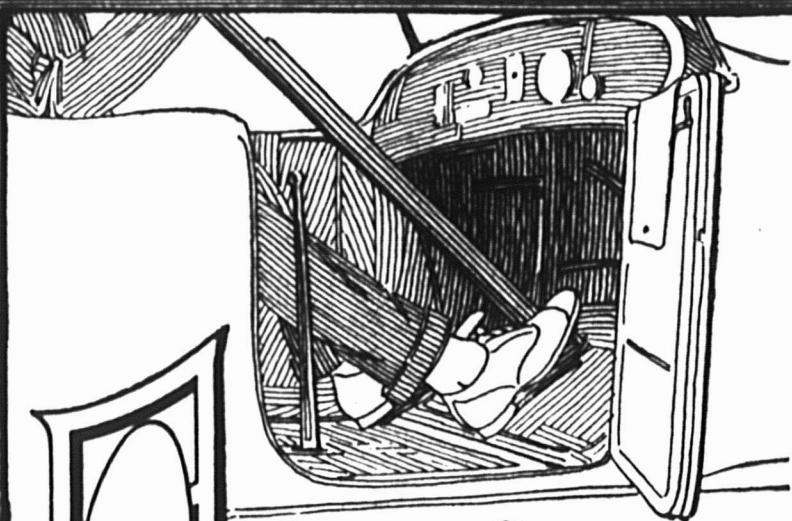
*La Marque de la Qualité*



## Gutta Percha & Rubber, Limited

Siège social et fabrique: TORONTO.

SUCCESSALES: Toronto, Halifax, Montréal, Ottawa, Fort William, Winnipeg, Régina, Saskatoon, Edmonton, Calgary, Lethbridge, Vancouver, Victoria.



**VOUS POUVEZ**  
**VENDRE DES 'ACME'**  
**A TOUS VOS**  
**CLIENTS**

**Acme**

L'homme qui conduit un automobile sait que les Semelles "Acme" ne lui feront jamais défaut lorsqu'il s'agira pour lui de démarrer ou d'arrêter soudainement sa voiture.

L'homme de bureau, portant des Semelles "Acme", peut aller et venir sans fatigue dans son bureau; sa démarche sera élastique et sans bruit et, en même temps, il aura un confort exceptionnel avec ses chaussures.

Les Semelles "Acme", si appropriées pour les hommes d'affaires, sont aussi populaires chez les membres de leurs familles.

Les enfants aiment à jouer avec des chaussures munies des Semelles "Acme".

Les jeunes filles aiment les Semelles "Acme" parce qu'avec ces semelles leurs chaussures ne crient jamais.

Les garçonnets seront moins turbulents s'ils portent des semelles "Acme". Les personnes âgées aussi n'ont plus la crainte de glisser sur les trottoirs humides ou glissants si leurs chaussures sont munies de semelles "Acme".

Les semelles "Acme" sont économiques aussi, parce qu'elles durent plus longtemps que les semelles de cuir. Elles ne font pas de bruit, ne sèchent pas ni ne pourrissent. Elles sont à l'épreuve de l'humidité et appropriées pour la ville comme pour la campagne. Pour le camp, les vacances dans les endroits montagneux où la marche n'est pas sûre, les "Acme" sont les Semelles idéales.

Toutes les dimensions et épaisseurs variées au choix. Couleurs: noir, blanc et tan. Fournies aussi en grandes feuilles.

**Dunlop Tire & Rubber Goods Co., Limited**

**SIEGE SOCIAL ET FABRIQUE: TORONTO**

**Succursales dans les grandes villes**



# THE PERTH SHOE COMPANY LIMITED

La maison qui fabrique exclusivement des chaussures de femmes  
par le procédé à trépointe Goodyear



C'est en concentrant son travail sur  
cette spécialité que la compagnie est  
en position d'offrir aux marchands  
du Canada les créations et les styles  
les plus nouveaux en fait de

**CHAUSSURES FINES POUR  
FEMMES**

au coût le plus bas possible.

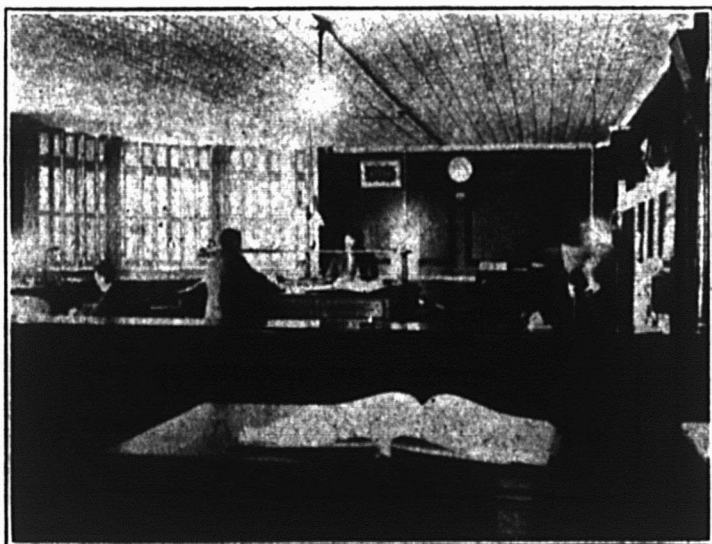


Si vous n'avez pas encore vu les échantillons de  
la Perth Shoe, adressez-nous une carte postale  
et notre voyageur ira vous voir ou, si vous le  
préférez, nous vous enverrons franco quelques-  
unes de nos lignes principales dans une boîte-  
échantillon.

Ce serait un plaisir pour nous que de vous faire  
voir les lignes que nous fabriquons et il est pro-  
bable que le résultat serait des profits mutuels.

# The Perth Shoe Company LIMITED

PERTH, ONTARIO



Coin de notre bureau — Département des ventes.

## POUR LES MAUVAIS TEMPS DE L'AUTOMNE

Vendez à vos clients des chaussures et des claques qui protégeront leur santé et dont la qualité vous assurera des VENTES REPEATÉES.

### Claques "Maltese Cross"

Nous avons continuellement cette ligne en stock et nous pouvons répondre à tous les besoins de notre clientèle.

### Chaussures de Feutre et Guêtres

Nos chaussures de feutre et nos guêtres, pour hommes et femmes, ne manqueront pas de plaire à vos clients et la satisfaction qu'ils en retireront vous assurera leur encouragement permanent.

Nous apportons une attention toute spéciale aux commandes par la poste.

**La Maison Girouard, Limitée**  
ST HYACINTHE, P. Q.

La chaussure de vente régulière qui sert de modèle au Canada

## WILLIAMS

Il y a plusieurs points d'excellence qui ont valu aux CHAUSURES WILLIAMS le premier rang qu'elles occupent parmi les chaussures de vente régulière.

Dans leur production, le matériel employé et le procédé de fabrication suivi, donnent à ces chaussures une haute qualité et une valeur exceptionnelle — ce sont des chaussures qui donnent un service merveilleusement long aux gens qui tiennent surtout à avoir des chaussures DURABLES.

Le style est également un facteur important dans leur popularité. Ces chaussures sont faites pour donner un véritable CONFORT et l'on n'a pas négligé leur jolie APPARENCE. Vous pouvez être certains d'avoir des clients satisfaits lorsque vous recommandez les chaussures Williams.

Nos deux dépôts de stock à Brampton et à Régina nous permettent de vous donner un service rapide avec cette ligne recommandable de chaussures.

### Williams Shoe Limited

Brampton, Ont. — Régina, Sask.

Agents pour la Province de Québec

C. M. & R. H. MILLS

Bureaux et salles d'échantillons:

Chambre 313 édifice Mappin, 10 rue Victoria, Montréal.

Téléphone Uptown 6719.



Téléphone  
Main 5237

Illustrations pour votre Publicité du  
Printemps



222 Rue Craig Ouest,  
MONTREAL.





Les résultats satisfaisants ne sont obtenus que par l'adoption d'une bonne méthode d'affaires, et une stricte adhérence à cette méthode d'affaires. Voici quelques-unes des raisons pour lesquelles notre méthode d'affaires est devenue si populaire dans le commerce de détail en général, et



## **Quelques-unes des Raisons pour lesquelles nous avons obtenu des résultats aussi satisfaisants**

### **LA CONFIANCE**

Qui nous a valu la clientèle et la confiance des marchands de chaussures du Canada.

### **LA QUALITE**

Qui a rendu nos marchandises très populaires chez les consommateurs.

### **LE STYLE**

Nous sommes des autorités reconnues en fait de styles de chaussures pour hommes.

### **LES PRIX**

Notre politique de fabriquer des chaussures à prix populaires spécialement pour le gros public.

### **LE SERVICE**

Notre préparation en augmentant de plus de 100 pour 100 notre capacité de production nous a permis de maintenir le meilleur service possible.

## **TETRAULT SHOE MANUFACTURING CO., LIMITED**

Les plus grands manufacturiers de chaussures du Canada, ainsi que les plus grands exportateurs de chaussures du Canada.

Paris, France

Montréal

Londres, Angleterre

# CONTREFORTS EN FIBRE



## La Qualité Recommandable

LA QUALITE RECOMMANDABLE des contreforts en fibre de Duclos & Payan, comme l'a prouvé leur usage continuel par le commerce depuis quarante-cinq ans, signifie une haute qualité uniforme dans le produit. Le matériel de la meilleure qualité et une fabrication parfaite sous tous rapports donnent des contreforts que nous pouvons GARANTIR durer plus longtemps que la chaussure elle-même.

# Duclos & Payan

Tanneries et fabrique:

**St-Hyacinthe**

Bureau des ventes et  
entrepôt: 224 rue Lemoine

**Montréal**

Représentants:—

Pour Ontario: E. R. Lewis, 45 Front Street East, Toronto.

Pour la ville de Québec: Richard Frère, rue St-Valier, Québec.

# Employez-vous des Boîtes de Carton ?

Vos boîtes sont-elles assez fortes, arrivent-elles à destination brisées, votre marchandise endommagée ?

Avez-vous déjà pensé qu'une belle marchandise emballée dans une boîte poussiéreuse perdra son éclat et que vos ventes en souffriront considérablement ?

Eh bien ! Venez à nous directement et évitez ces ennuis-là.

Recevez le meilleur service de

"LA MAISON DU SERVICE"

## The King Paper Box Co. Limited

BOITES DE CARTON DE TOUS GENRES

862-864, Avenue Lasalle . . . . . Montréal, Qué.

Nous voulons seulement l'occasion de le prouver.

### Table Alphabétique des Annonces

American Pad & Textile . . . . . 74	Cie d'Assurance Mutuelle du Commerce 80	Gendron Mfg. Co. . . . . 70	Old City Mfg. . . . . 51
Armour & Co. . . . . 55	Church & Dwight . . . . . 58	Germain . . . . . 14	Oscar Onken . . . . . 28
Ames Holden	Circle Bar Knitting . . . . . 68	Girouard Limitée . . . . . 22	Ottawa Paint Co.,
McCready . . . . . 3-4-5-6-7	Clark, E. G. . . . . 22	Gonthier & Midgley . . . . . 80	Couverture
Assurance Mont-Royal . . . . . 80	Clark, Wm. . . . . 54	Goodyear Rubber Co. . . . . 9	Oval Dish Wood . . . . . 56
Banque d'Hochelega . . . . . 78	Cluett, Peabody . . . . . 68	Gutta Percha & Rubber Co. . . . . 19	Oneida Community 77
Banque Nationale . . . . . 78	Columbus Rubber Co. . . . . 12	Henry Disston . . . . . 76	Panther Rubber . . . . . 15
Banque Provinciale . . . . . 78	Connors Bros. . . . . 54	Heinz . . . . . 50	Patterson Candy . . . . . 43
Barnett & Co. . . . . 70	Connor & Son . . . . . 75	Imperial Tobacco . . . . . 31	Paquet & Bonnier . . . . . 80
Beach Foundry . . . . . 73	Côté, A. A., & Fils . . . . . 28	International Time	Perfection Counter . . . . . 16
Bowser . . . . . 55	Côté & Lapointe . . . . . 50	Couverture	Pink, Thos. . . . . 74
Bennett Limited,	Couillard, Auguste . . . . . 80	International Supply 14	Perth Shoe Co., Ltd. 21
Couverture	Daoust, Lalonde & Co. . . . . 13	Jonas & Cie, H. . . . . 60	P. Poulin & Cie . . . . . 50
Breithaupt Leather Co., Ltd. . . . . 11	Desmazières, P. . . . . 69	Kearney Bros. Ltd. . . . . 57	Ramsay Paint . . . . . 70
Brandram Henderson	Dominion Cannery (Ltd.) . . . . . 53	King Paper Box . . . . . 25	Rena Footwear . . . . . 16
Couverture	Dowswell Lees . . . . . 82	Lady Belle Shoe Co. . . . . 22	Robinson, James . . . . . 17
British Colonial Fire	Duclos & Payan . . . . . 24	La Fonderie de l'Islet . . . . . 69	Riga Water . . . . . 44
Ins. . . . . 80	Duffy, J. J., & Co. . . . . 58	La Prévoyance . . . . . 80	Robson Leather Co. . . . . 18
Becwith Box toe . . . . . 11	Dunlop Tire & Rubber Goods . . . . . 20	Leslie & Co., A. C. . . . . 76	School Mfg. . . . . 26
Brodie & Harvie . . . . . 50	Eddy & Co. . . . . 58	Liverpool Manitoba . . . . . 80	Simms . . . . . 75
Brodeur, A. . . . . 50	Emprunt de la Victoire . . . . . 67	Mathieu, A. . . . . 49	Stauntons Ltd. . . . . 72
Bureau du Shérif . . . . . 49	Fabrique de Balais de Granby . . . . . 57	Mathieu (Cie J.-L.) . . . . . 52	Still Mfg. Co. . . . . 72
Canada Foundries . . . . . 78	Fairbank, N. K. . . . . 52	McArthur, A. . . . . 76	Steel Co. . . . . 72
Canada Life Assurance Co. . . . . 80	Fontaine, Henri . . . . . 50	Maxwells Ltd. . . . . 69	Slater Shoe . . . . . 10
Canadian Cons. Rubber . . . . . 30	Gagnon, P. A. . . . . 80	Montbriand, L.-R. . . . . 80	Sun Life of Canada 80
Canadian Polishes Ltd. . . . . 58	Garand, Terroux & Cie . . . . . 80	McDonald . . . . . 59	Tétrault Shoe . . . . . 23
Canadian Salt . . . . . 50		Montreal Biscuits . . . . . 52	Trudel & Gullet . . . . . 50
Cie J. A. M. Côté . . . . . 8		Morrow Screw . . . . . 76	United Shoe . . . . . 27
		McClary . . . . . 71	Williams Co., G. H. . . . . 70
		Nova Scotia Steel Co. . . . . 78	Williams Shoe . . . . . 22
		Nugget Polish . . . . . 18	Western Assurance Co. . . . . 80
		National Varnish . . . . . 29	
		Office Specialty . . . . . 69	

# ANNONCE DES CHANGEMENTS DE PRIX

Les changements de prix suivants pour les appareils du Dr Scholl sont en vigueur depuis le 1er septembre 1919. Ces changements ont été faits à cause des hausses survenues sur les marchés des matières premières et dans le coût de la main-d'oeuvre, et nous sommes dans l'obligation de les faire.

## Supports de l'arc Métatarsien

### Antérieur du Dr Scholl



Support No 1 de l'arc métatarsien antérieur du Dr Scholl, se détaillant à \$4.50 la paire. Prix du gros, \$27.60 la douzaine de paires.



Support No 2 de l'arc métatarsien antérieur du Dr Scholl, se détaillant à \$4.50 la paire. Prix du gros, \$27.60 la douzaine de paires.



### Foot-Eazer du Dr Scholl

Prix du détail, \$3.50 la paire.

Prix du gros, \$24.00 la douzaine.

On remarquera que cela laisse un joli profit de \$1.50 la paire pour le détailleur — presque du 100%.

Confort du Pied pour vos Clients

Profits et Prestige pour Votre magasin



Indispensable pour faire des ajustages exacts suivant la forme du pied des clients. Le prix comprend un marteau en peau brute, comme l'illustration.

Ajusteur de l'arc du Dr Scholl. Nouveau prix, sans support comme l'illustration, chacun

\$5.00

Support No 3 de l'arc métatarsien antérieur du Dr Scholl, se détaillant à \$5.00 la paire. Prix du gros, \$30.00 la douzaine de paires.

De sorte que vous avez double raison de tenir en magasin et de pousser la vente de cette ligne d'appareils connus dans le monde entier.

## THE SCHOLL MFG. CO.

Les plus grands fabricants au monde d'appareils pour le pied.

112 Adelaide St. E.,

Toronto

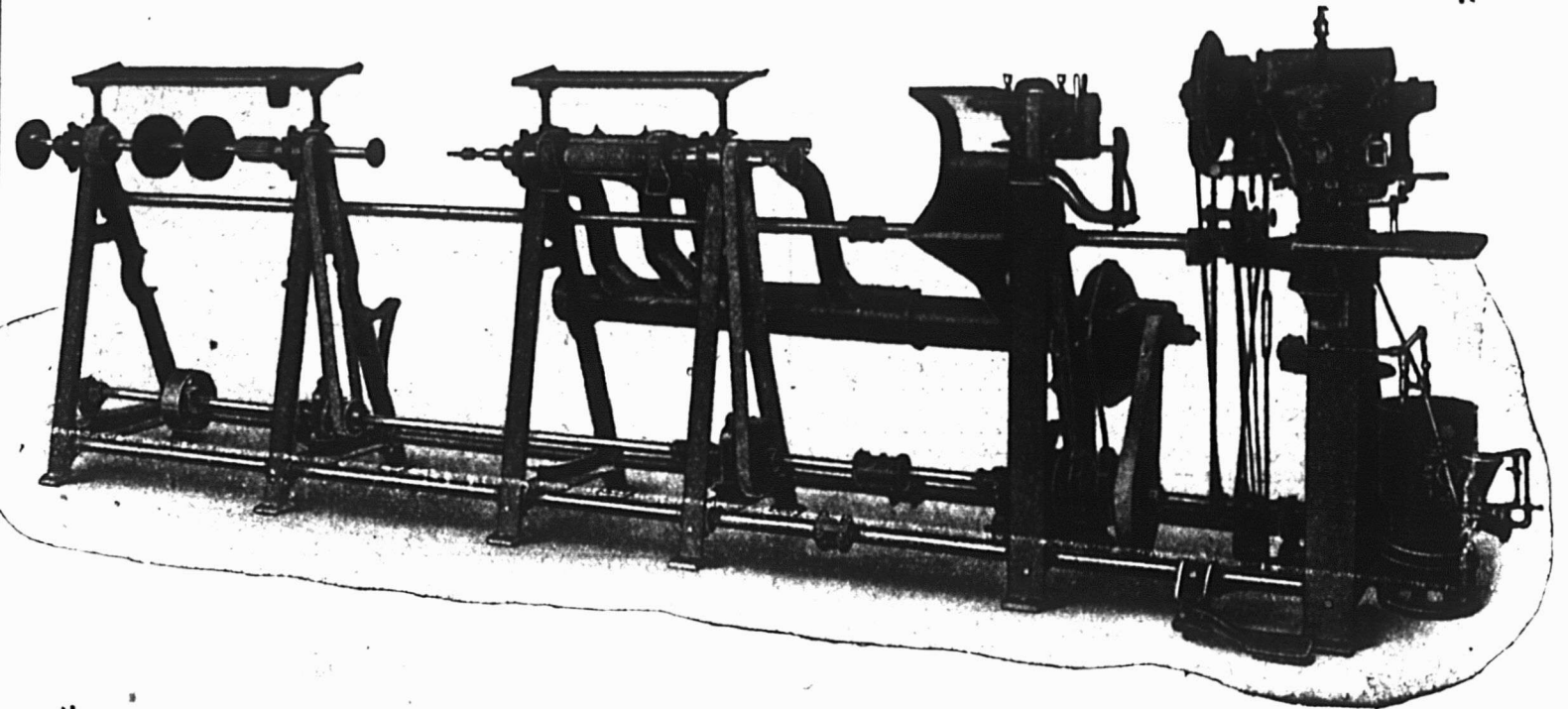
Chicago

New York

London



# RIEN NE MANQUE



Les installations Goodyear pour la réparation des chaussures sont complètes sous tous rapports

## A Part l'Opérateur

---

FAITES AU CANADA DE LA DIMENSION POUR TOUS LES COMMERCES

---

**UNITED SHOE MACHINERY CO. OF CANADA, LIMITED,**

**MONTREAL.**

90 Adelaïde Street West  
Toronto

179 King Street West  
Kitchener

28 rue Demers  
Québec



Faites payer votre loyer par vos  
étalages de vitrine

Beaucoup de ventes se font sur le trottoir.

Supports pour Etalages de Vitrine

Une série merveilleuse de supports interchangeables patentés pour étalages de vitrine, appropriée aux Articles de Nouveautés, Costumes, Chapeaux, Chemiserie, Chaussures et Marchandises Générales. La série vous donnera 10 ans de Bons Services en rendant effectif votre commerce par l'arrangement de garnitures de vitrines.

Les Supports que vous voyez ci-dessus ne sont que quelques-uns des dispositifs que vous pouvez obtenir avec la série complète; on peut obtenir des centaines d'autres arrangements.

Faits de Chêne, fini Doré, Antique ou Patiné. La série est mise en un coffre en bois dur avec couvercle à charnières, un bon endroit pour garder les "Younits" extras qui ne servent pas pour le moment. Il y en a des milliers de cette série en usage journellement.

No 104. Cette série a 130 "Younits" interchangeables pour vitrines de Magasin Général . . . . . \$27.50

En outre de la série ci-dessus, nous en fabriquons une pour l'usage exclusif du Commerce d'Épicerie. Cette série est totalement différente de la série pour Magasin Général; elle est faite pour l'étalage de marchandises plus pesantes et convient spécialement à l'Épicerie de détail.

La Série No 20 a 89 "Younits" interchangeables pour les Vitrines de Grandes Épiceries . . . . . \$38.50

La Série No 20½ a 50 "Younits" interchangeables pour les Vitrines de Petites Épiceries . . . . . \$23.10

En Stock à Hamilton — Commandez directement ou par votre marchand en Gros — Patentés et faits au Canada.

**THE OSCAR ONKEN CO.**

5150 FOURTH STREET,

Cincinnati, Ohio, U.S.A.

**LA ST-HYACINTHE SOFT SOLE SHOE CO.**

DEVIENT LA

**A. A. COTE & FILS, Limitée**

et fabrique dans sa nouvelle usine des Chaussures McKays et des Vissés Standard pour Hommes, Garçons, Adolescents, Jeunes Gens et Enfants.

Telle est la nouvelle que le commerce de chaussures a appris avec plaisir, sûr de trouver à cette nouvelle source d'approvisionnement les

**MEILLEURES CHAUSSURES COUSUES**

**McKAY ET VISSEES STANDARD**

qui puissent supporter le plus rude usage.

Demandez des prix à votre marchand de gros, ou écrivez-nous directement.

**A. A. COTE & FILS, Limitée**

Successeurs de St. Hyacinthe Soft Sole Shoe Co.,  
Ltd.

ST-HYACINTHE, P. Q.

C'est devenu un fait reconnu que la véritable valeur des

## Chaussures Fines McKay pour Dames

a été fortement rehaussée par la production de la



Les Chaussures Lady Belle représentent non seulement tout ce qu'il y a de joli en fait de chaussures à la mode, mais encore elles démontrent la possibilité de la fabrication de chaussures confortables et résistantes, par le procédé McKay, à des prix exceptionnellement raisonnables pour le moment.

**The Lady Belle Shoe Company, Limited**

Fabricants de chaussures fines McKay pour femmes.

KITCHENER, - - - Ontario.

# NA-VAR-LAC

VERNIS ET APPRETS CELLULOSE POUR CHAUSSURES, TOUTES LES COULEURS AU CHOIX DEPUIS LE TON UNI JUSQU'AU FINI BRILLANT FRANÇAIS

## Spécialités NA-VAR-LAC pour Chaussures

Vernis émail blanc pur ou gris pour chaussures en canevas.

Vernis-filler pour première couche.

Dissolvant-nettoyeur.

Vernis émail pour finis brillants français.

Nos finis sont résistants, flexibles, ne s'écaillent pas, ne craquent pas ni ne perdent leur couleur.

*Livraison prompte --- Qualité Garantie.*

*Les plus bas prix.*

**FAITS AU CANADA**

Par une compagnie essentiellement canadienne

**NATIONAL VARNISH COMPANY OF CANADA**

Fabriques et laboratoires: 369 rue Craig ouest.

Bureaux: 120 rue St-Jacques,

MONTREAL



**FLEET FOOT**

**La ligne complète  
La ligne annoncée**

FLEET FOOT n'est pas seulement la ligne la plus variée et la plus complète de chaussures de Récréation et de Sport pour le printemps et l'été, c'est aussi la ligne qui est annoncée dans tout le Canada.

FLEET FOOT vous donne des modèles et des pointures pour hommes, femmes et enfants, et notre campagne de publicité continue dans tout le pays crée une demande pour les chaussures Fleet Foot et vous aide à accroître le chiffre de vos ventes.

Les échantillons FLEET FOOT pour 1920 sont prêts.

Ne manquez pas de les voir avant de placer votre commande.

**Dominion Rubber System (Quebec) Limited**

Siège social - - MONTREAL.

Succursales de service à

**Montréal, Ottawa et Québec.**





Vol. II

MONTREAL, OCTOBRE 1919.

No 11

## Notes sur le commerce des cuirs et chaussures

La situation générale est la suivante: Le cuir, en dépit de la faiblesse constatée pendant le mois dernier par suite du manque de présence active des fabricants sur le marché, continue à se maintenir ferme, ce qui n'offre que peu d'espoir aux fabricants de chaussures d'obtenir des matières à meilleur marché pendant encore quelque temps. Il y a eu une légère baisse dans quelques lignes de tiges, comme on peut le voir par le rapport des ventes, mais même dans ces lignes il semble y avoir eu une reprise dans ces deux dernières semaines. Renseignements pris auprès des manufacturiers et négociants en cuirs, il semblerait que les bonnes qualités de tiges et semelles se maintiennent fermes aux cours actuels et dès que la demande deviendra plus régulière et que les fabricants feront leur apparition sur le marché pour leurs approvisionnements de printemps, il n'y a nul doute que la situation deviendra plus ferme. Cependant de l'avis général, le maximum a été atteint, en ce qui concerne les valeurs spéculatives et à moins que le marché d'exportation n'augmente d'activité, il n'y aura pas de grande tendance à une nouvelle hausse.

**Le marché des peaux.** — Le ton général du marché s'est amélioré, les vendeurs, pendant les deux dernières semaines, ont pu jusqu'à un certain point imposer leurs idées, et l'agitation et l'incertitude des semaines passées semblent avoir été mises sous contrôle. Le marché des peaux des bouchers en gros ou des paysans n'a pratiquement montré aucune augmentation, mais les ventes ont été faites à des prix jusqu'alors refusés par les acheteurs. De lourdes peaux de bœufs se sont vendues à 48 cents et les buffles de campagne à

38 cents, ce qui est une légère diminution sur les prix du "boom", mais ce qui néanmoins indique la stabilité du marché sur ses bases actuelles. Les marchés locaux suivent les conditions de Chicago et tendent à prouver une situation meilleure pour les cuirs et peaux. Le marché extérieur a montré quelque faiblesse pour les peaux salées, bien que l'on puisse dire que la situation s'est améliorée pour les vendeurs de peaux sèches dont on a fait de grandes ventes la semaine dernière. Les "Mountain Bagotas" se vendent toujours à 48 cents et les autres lignes en proportion. Les peaux de veau sont quelque peu négligées. Les peaux de chèvres sont tranquilles et on ne raporte que peu de transactions. L'avenir est difficile à prévoir. Il n'y a aucun doute que les spéculateurs ont en mains des quantités considérables de peaux qu'ils conservent dans l'espoir d'une demande plus forte de la part des tanneurs lorsque les stocks actuels auront subi leur préparation. Les tanneurs ont eu une conduite des plus réservées et il n'y a aucun doute que si le commerce des chaussures de printemps exige une grande demande de cuirs il y aura une demande correspondante de peaux qui pourra apporter une hausse d'une couple de cents le mois prochain.

**La situation de la chaussure.** — Il n'y a pas de doute que les stocks de chaussures sont restreints pour cette époque de l'année. Les marchands ont pris surtout l'habitude d'évaluer leurs stocks par leur valeur d'inventaire plutôt que par le nombre de paires qu'ils possèdent. Ils ont déjà constaté que cette manière de procéder était quelque peu déconcertante. D'un autre côté, les prix élevés demandés pour le réassortiment en ont



**VENDEZ LE TABAC A FUMER**  
**GREAT WEST**

**IL EST DELICIEUX  
 ET RAPPORTE DE  
 BONS PROFITS.**

obligé beaucoup à aller plus doucement qu'ils ne l'auraient fait autrement. De sorte que les achats pour l'automne et le réassortiment ont été des plus minutieux et des plus restreints et les nombreux renseignements recueillis jusqu'ici tendent à démontrer que par tout le pays les approvisionnements sont réduits à leur plus simple expression. Comme exemple on peut citer le fait d'un gros acheteur de détail qui se rendait récemment chez un "jobber" avec qui auparavant il n'avait fait que de très rares affaires et qui le pria de vouloir bien lui vendre au comptant tout ce qu'il pourrait lui procurer. Le "jobber" avait à protéger beaucoup d'autres clients réguliers qui se trouvaient dans une position semblable, mais néanmoins il fit un effort. L'acheteur aurait facilement acheté deux fois autant qu'on lui offrait, si le "jobber" l'avait voulu. Ceci montre quelle est la situation et comment il est impossible d'avoir les approvisionnements voulus en chaussures courantes. Il faut dire à la louange des fabricants et des "jobbers" qu'ils ne cherchent pas à profiter de cette situation anormale et qu'ils protègent leurs clients aussi bien sous le rapport de la marchandise que sous le rapport des prix dans la limite de leurs moyens. Les détaillants devront acheter prudemment pendant encore longtemps s'ils veulent éviter une panique comme celle qui est survenue il y a une quinzaine de mois.

Protestation contre la taxe sur le cuir aux Indes. — On rapporte qu'un grand nombre de membres du Conseil des tanneurs des Etats-Unis sont d'avis d'envoyer une protestation formelle au Département d'Etat contre l'action du Gouvernement Indien qui impose un droit de 15% sur les exportations de cuirs et peaux venant des Indes et dirigées vers tous les pays autres que la Grande-Bretagne et ses colonies. On trouve que cette distinction en faveur de la Grande-Bretagne est absolument mal fondée et beaucoup prétendent qu'en raison des nombreuses importations de cuirs et peaux des Indes dans ce pays, il n'en résulte une augmentation dans le prix des chaussures.

Il semble cependant que quelques membres du conseil ne croient pas qu'il serait sage de soumettre un memorandum au Département d'Etat. Ils prétendent que le volume des importations n'est pas assez grand pour avoir un effet appréciable, et que d'ailleurs même si la Grande-Bretagne et ses colonies étaient favorisées, elles ne seraient pas capables d'absorber les quantités énormes de cuirs et peaux de l'Inde en nombre suffisant pour en faire des concurrents sérieux. A tout événement, le projet de soumettre une protestation ne sera pas mis à exécution avant un jour ou deux les directeurs du Conseil désirant avoir une opinion plus précise sur les désirs de la plupart des membres de leur organisation.

## L'AVENIR DE L'INDUSTRIE DU CAOUTCHOUC EN GRANDE BRETAGNE

Suivant le supplément commercial du "London Times" une comparaison statistique du commerce du caoutchouc de la Grande Bretagne avec celui des Etats-Unis pendant les cinq dernières années révèle des faits dignes de remarques.

Il n'y a pas de doute, dit ce supplément commercial, que nous avons été grandement devancés et, tout bien considéré, les résultats de nos efforts pour maintenir cette industrie dans notre pays sont dignes d'éloges. Dans les premières années de la guerre les Etats-Unis ont eu une occasion extraordinaire de développer leur industrie du caoutchouc et ils en ont largement profité. Il va falloir demander aux travailleurs de notre pays de faire un grand effort pour augmenter la production si nous voulons conserver notre place parmi les premières nations manufacturières de caoutchouc du monde. Les Américains qui ne font pas pas d'illusions sur la limitation de la production, augmentent constamment leur main d'oeuvre. Ils savent qu'une augmentation de la production dans leur pays correspond à une augmentation de bien être pour toute l'humanité.

La majorité des plantations de caoutchouc est sous la direction de capitalistes anglais, mais nous tenons à peine notre place dans le développement rapide de l'industrie du caoutchouc manufacturé.

Les importations de caoutchouc brut dans le Royaume-Uni bien que s'étant maintenues jusqu'à la fin de 1917, sont tombées en 1918 au-dessous du chiffre d'avant-guerre. Pendant la même période les importations de caoutchouc brut aux Etats-Unis ont plus que triplées, passant de 1,319,957 quintaux pour l'année finissant le 30 juin 1914, à 3,895,990 quintaux pour l'année 1917-18.

Non seulement cette grande augmentation est digne de remarque, mais encore la direction du trafic a radicalement été changée.

Dans l'année finissant au 30 juin 1914, 36½% des importations de caoutchouc aux Etats-Unis venaient du Royaume-Uni. En 1918 la proportion était tombée à 5½%. En 1914, 12% seulement venaient directement de Malaya et de Ceylan tandis que 30½% venaient du Brésil.

En 1918, 66% venaient directement de Malaya et de Ceylan et la part du Brésil était tombée à 10½%. De même les Indes Orientales Hollandaises ont fourni aux Etats-Unis 14% de leurs importations en 1918, tandis qu'elles avaient fourni moins de 1% en 1914.

Si l'on compare les exportations de caoutchouc manufacturé de ce pays avec celles des Etats-Unis, l'on trouve que la valeur de nos exportations en 1918 n'a dépassé que de très peu les chiffres de 1913, mais il faut se rappeler qu'en raison de la grande augmentation des prix, ces chif-

fres représentent une bien moins grande quantité de marchandises.

Pius de la moitié de la valeur du caoutchouc manufacturé exporté du Royaume-Uni est représentée par les pneumatiques pour voitures, bicyclettes, automobiles et motocyclettes. Les statistiques commerciales des Etats-Unis accusent une augmentation dans la valeur des exportations de caoutchouc manufacturé variant de 2,984,350 en 1914 à 6,946,496 en 1917-18, soit une augmentation de 233 pour cent.

La plus forte augmentation a eu lieu pendant les années 1915 et 1916 où les exportations ont plus que doublé de valeur. Il résulte d'une enquête faite par les membres de l'Association Nationale des Manufacturiers des Etats-Unis que la plus grande prospérité continue à régner dans le commerce du caoutchouc et que les perspectives prochaines d'avenir sont des plus brillantes.

En ce qui concerne le commerce d'exportation les conditions se présentent aussi favorablement aux manufacturiers britanniques et les résultats acquis seront proportionnés au degré d'organisation de l'industrie et à la diligence des travailleurs pour maintenir une bonne production.

#### LE PROBLEME DU COUT DES CHAUSSURES

Devant le tribunal de commerce, récemment, a été révélé qu'une paire de souliers de luxe, dont le coût de fabrication aurait été de \$9.94, se vendrait \$10.50 en gros, pour se détailler ensuite à \$14 et \$15. Le coût de la main-d'oeuvre, dans le cas actuel, se chifferait à 93c. Il a été prouvé que le coût de fabrication des chaussures en général avait augmenté.

Des manufacturiers ont déclaré qu'il était impossible d'adopter un type uniforme de chaussures. Il leur faut fabriquer des modèles variés, en raison de la demande et de la concurrence américaine. Les souliers à talon haut, bien que très dispendieux, sont recherchés par la clientèle féminine.

M. J.-A. Walker, président de la "Walker Paul Co.", a déclaré que tout le chevreau utilisé dans la fabrication de la chaussure canadienne devait être importé des Etats-Unis. Il a ajouté que les Etats-Unis pouvaient exporter les peaux de chevreau en Europe avec un profit plus élevé qu'en exportant au Canada: de là les hauts prix du chevreau: on paie aujourd'hui \$1.25 ce qu'on payait 24c il y a quatre ans. M. Walker a prétendu que le veau était préférable au chevreau et qu'on n'avait pas besoin de l'importer, mais que les femmes en général tenaient à acheter les chaussures en chevreau.

Le colonel W.-H. Price, aviseur du gouvernement, questionna M. A.-E. Grainger, acheteur pour la maison Eaton. Il lui représenta que cette mai-

son faisait d'énormes affaires et réalisait des profits substantiels tout en vendant meilleur marché qu'ailleurs, et il demanda au témoin s'il n'était pas d'avis que pareil système pût être imité par les grands magasins de chaussures. Mais M. Grainger se contenta de répondre que la marge de profit brut réalisé dans la vente des chaussures, aux magasins Eaton, variait de 35 à 40%, profit dérivant des escomptes, alors qu'au bureau-chef de la compagnie on ne réalisait presque aucun bénéfice sur le coût d'achat. Questionné de nouveau, le témoin a dit que le profit sur une paire de chaussures de femme de \$3 était proportionnellement moindre aujourd'hui que lorsque cette chaussure se vendait \$4.75 en 1913. Le témoin a expliqué ceci en disant qu'il était plus difficile de vendre une chaussure de \$8 que d'en vendre une de \$4.75. En outre, les types et formats sont plus nombreux aujourd'hui qu'il y a cinq ans, ce qui fait qu'à la fin de la saison il reste toujours un bon nombre de chaussures désassorties qu'il faut vendre à vil prix.

#### UNE VENTE DE CHAUSSURES A \$7.95.

Des prix élevés peuvent attirer des foules—Preuve que les temps ont changé.

Vendredi et samedi les 19 et 20 septembre derniers un de nos plus importants magasins a fait une vente de chaussures remarquable qui semble avoir éclipsé tout ce qui avait été fait jusqu'ici dans ce genre. La direction du rayon de chaussures avait eu l'idée d'organiser une vente de différentes lignes à un prix unique. L'idée n'est pas nouvelle, mais ce qui sortait de l'ordinaire c'était le prix qui avait été fixé. Autrefois on envisageait pour les ventes les prix de \$2.00 ou \$3.00 et jamais au-dessus de \$4.00. Mais faire un bond pareil, jusqu'à près de \$8.00 et appeler cela une vente, c'était là une chose que les directeurs les plus avisés ne considéraient pas sans une certaine crainte. Cependant la direction du rayon de chaussures fût d'avis que le public en général avait pris l'habitude d'acheter des chaussures à prix élevés et qu'on pouvait faire une vente au prix de \$8.00 et la bien faire. Ils prirent donc la détermination d'aller de l'avant et ils y allèrent.

Le plus grand soin fut apporté dans le choix des marchandises, ainsi que dans la disposition des annonces, qui furent faites sur une demi-page du journal. A 8 heures la foule commença à s'accumuler à l'entrée du magasin et à 8.30 heures de l'ouverture le hall était bondé et lorsque la cloche sonna la foule s'élança à l'intérieur, prit l'escalier d'assaut et l'étage du rayon de chaussures (qui est peut-être le plus grand des rayons de chaussures dans aucun magasin du Canada) était rempli d'une foule si compacte que les femmes étaient absolu-



ment incapables de traverser pour gagner le rayon des dames.

Quant aux valeurs, il est juste de dire que la maison avait tenu tout ce qu'elle avait promis dans ses annonces et la preuve en est que la même affluence se renouvela le second jour de la vente. Le chiffre d'affaires réalisé a battu tous les records, car jamais une telle foule n'avait pu être assemblée dans le magasin dans le but d'acheter des chaussures et le fait est à remarquer si l'on songe que le prix fixé était pratiquement \$8.00.

A la même époque un autre grand magasin fit une vente tout aussi importante qui lui rapporta aussi de bons résultats. Il faut remarquer cependant que dans cette vente le prix maximum était de \$4.98, soit en chiffres ronds \$5.00 ce qui est à peu près le prix moyen des ventes de ce genre. C'est justement le prix élevé de \$8.00 qui rendait si incertain le résultat de la vente que nous étions en premier lieu. Il y a une grande différence entre \$5.00 et \$8.00 pour attirer le monde à une vente mais ces deux annonces ont réussi toutes deux et le monde vint en foule dans les deux cas.

C'est à vous maintenant de choisir le genre de vente qui vous convient mais il est bien entendu que si vous avez les marchandises et que leur qualité soit bonne, ce n'est pas le prix qui arrêtera les clients, si une bonne publicité les avertit de ce que le magasin peut leur offrir.

---

## ENQUETES SUR LE PRIX DES CHAUSSURES A WINNIPEG

---

Les journaux rapportent que C. F. Rannard, détaillant en chaussures a admis récemment devant le Conseil du Commerce, qu'il réalisait approximativement 50% de profit sur les chaussures. Les chaussures d'hommes importées de Chicago coûtent \$8.50 à la fabrique. Les droits se montent à \$2.50, le transport et le camionnage à 25 cents et le change à 35 cents ce qui met le prix d'une paire de chaussures à \$11.60 rendue à Winnipeg. On les vend \$17.00 la paire, dit M. Rannard. Les chaussures d'hommes de fabrication canadienne qui coûtent \$10.11 à Winnipeg, sont vendues à \$15.00. D'après sa déclaration le bénéfice sur les chaussures de dames importées des Etats-Unis est de \$6.45 sur les chaussures coûtant \$13.55 rendues à Winnipeg, soit 48%. Harry Whitla, C.R., Conseiller du Gouvernement, fit comprendre le contrôle exercé par le gouvernement sur les prix des chaussures en disant au cours de l'examen: "Peu importe ce que coûteront les chaussures l'année prochaine. Nous aurons quelque chose à dire là-dessus."

## LES GAJETES DE LA CORDONNERIE — LES SOURIRES DU MAGASIN DE CHAUSSURES "SUNNYSIDE"

Le prosaïsme de la vente des chaussures au détail est quelquefois égayé d'incidents amusants qui arrivent au détaillant.

Il existe à Bowmanville, dans l'Ontario, un magasin de chaussures connu sous le nom de magasin "Sunnyside". Il est dirigé par M. Fred. Foley qui a été élu au Comité Exécutif de l'Association Nationale des détaillants de chaussures du Canada. M. Foley personnifie le sourire et ses amis reconnaissent son sourire à un mille de distance. Il sourit dans ses paroles comme dans sa physionomie; cela lui permet de voir le côté humoristique de la vie, ce qui n'est pas une mauvaise chose dans la période troublée que nous traversons. Il nous communique quelques petits incidents qu'il a pu noter dans son propre commerce et qui pourront intéresser ses confrères, car des petits incidents semblables arrivent fréquemment dans beaucoup d'autres magasins.

Voici sa lettre:

Heureux l'homme qui par ces temps ardu peut commencer sa journée avec un sourire. On nous a dit que cela valait des mille et des mille de voir toujours le beau côté des choses. Cultivons donc tous le doux art du sourire.

Le magasin de cordonnerie moderne est une école splendide pour développer la patience. Il faut en effet accommoder à la fois les pieds, la tête et le porte-monnaie de l'acheteur, affronter le public malgré la hausse constante des prix et recevoir toutes sortes de doléances. Mais la monotonie est quelquefois agrémentée de quelques incidents amusants qui nous font gagner les mille précités et nous ramènent le sourire.

Je me souviens qu'en certaine occasion mon commis passa environ 2 heures ½ avec une cliente qui insista pour essayer l'une après l'autre toutes les paires de chaussures aux deux pieds et lacées jusqu'en haut. Finalement elle décida d'emporter deux ou trois paires chez elle pour y songer. Le lendemain elle revint au magasin et passa encore deux heures dans le fauteuil. Quand enfin elle se fut décidée à faire son choix et qu'elle eût reçu son paquet sa conscience (?) lui fit pousser la générosité jusqu'à donner un pourboire de cinq cents. Le premier et unique pourboire que nous ayons jamais vu donner.

Un autre sourire prolongé nous fut fourni par une triste après-midi par un grand garçon gauche qui après avoir tout examiné du plancher au plafond et après avoir apparemment bien envisagé la situation, demanda: "Avez-vous des cols droits?"

Un samedi soir où nous étions très affairés,



un paysan timide entre et demande une paire de bottes de ferme. Il en avait une paire neuve aux pieds, qu'il venait de recevoir d'une maison remplissant les commandes par la poste, mais il y avait eu erreur dans la pointure et elles ne lui allaient pas. Pour ne pas grever le maigre budget du pauvre garçon, nous lui offrimes d'essayer de forcer ses bottes, mais il nous répondit timidement qu'il n'avait pas de chaussettes. Les chaussures étaient si justes qu'il n'avait pu mettre de chaussettes et il essayait de les briser avec ses pieds nus. Cela nous a rappelé Pat qui se trouvait dans un dilemme semblable: "Bégorra, je ne peux pas les mettre avant de les avoir portées quelque fois". Morale: Méfiez-vous des maisons qui remplissent les commandes par la poste.

Depuis une quinzaine d'années le magasin "Sunnyside" a pour habitude d'offrir une paire de mocassins de fantaisie à chaque nouveau bébé qui naît dans la paroisse. Nous avons reçu de nombreuses marques d'appréciation aussi variées qu'intéressantes. Mais aucune ne vaut celle-ci:

Cher ami,

C'est avec plaisir que je saisis l'occasion de vous écrire ces quelques lignes pour vous faire savoir que nous avons reçu le joli cadeau que vous avez envoyé à notre bébé, pour lequel nous vous remercions beaucoup, car ils sont très jolis. Je vous aurais écrit plus tôt mais ma chère maman a été très malade et était malade une semaine avant que je me sois relevée pour la voir la veille et laver pour elle, mais elle devint pire le lendemain matin, de sorte que le docteur y alla d'ici ce qui me fut très malcommode et désagréable car c'était la première fois, car j'étais toujours capable d'aller rester avec elle lorsqu'elle était malade. Elle avait l'intention de rester avec moi, mais il était impossible à l'une comme à l'autre de nous venir en aide mutuellement. Dieu merci, je puis dire qu'elle va un peu mieux, mais elle n'est pas encore capable de sortir, c'était son coeur et son poumon. J'étais debout pour la voir avant que Bébé n'ait eu ses trois semaines.

Elle est terriblement affaiblie et nous avons eu aussi de la maladie à la maison et tout danger n'est pas encore écarté, le vétérinaire était ici hier au soir encore, mais pour moi je suis réellement bien et John Wesley, qui est notre fils, est aussi très bien. Je pense que je vais terminer ma lettre car nous allons rentrer à la maison pour tuer nos cochons, car je pensais finir ma lettre en attendant la carriole qui est attelée avec la meilleure bête que j'aie jamais vue.

Je vous remercie pour ces petites chaussures que vous nous avez envoyées. Maintenant Richard et Bébé se joignent à moi pour vous envoyer leurs meilleures amitiés.

En vous souhaitant un heureux Noël et un joyeux jour de l'An...

## LA VENTE DES CHAUSSURES D'ENFANTS POUR L'AUTOMNE

(Par un marchand progressif)

Depuis plusieurs années je me suis appliqué à pousser la vente des chaussures d'enfants à époques fixes. Par chaussures d'enfants, je comprends également les chaussures pour garçons et filles. Comme de juste, la grande vente de chaussures pour la jeunesse en dehors de l'époque de Noël, est la saison de l'ouverture des classes. Mais j'ai constaté que beaucoup de détaillants qui tirent profit de la saison d'ouverture des écoles, s'arrêtent là et ne font rien d'autres pour pousser la vente de ces lignes tout le reste de l'année.

Une des dates fixes que j'ai choisies pour un autre effort dans ces lignes, est la fin d'octobre. Cette date se trouve juste assez éloignée de la réouverture des écoles pour pouvoir créer un intérêt. La température est aussi d'une grande aide à cette époque. Dans ma localité les pluies d'automne ont ordinairement rendu les routes plutôt boueuses, ce qui fait que les parents qui ont fait durer autant que possible les vieilles chaussures de leurs enfants sont enfin forcés d'en acheter d'autres pour les empêcher de se mouiller les pieds. Ceci posé, je propose en vente les chaussures épaisses pour les jeunes gens qui ne veulent pas porter de claques.

Je commence par annoncer que cette semaine sera celle des enfants et que pendant cette période les parents auront l'occasion de se procurer pour leur progéniture tous les genres qui leur donneront le meilleur service pendant le mauvais temps des mois d'automne et d'hiver. Si possible, je tâche de me procurer une ligne d'extra bonne qualité que je puis offrir. Mais n'allez pas mêler à cela aucune idée de réduction dans les prix. Je me procure simplement une ligne spéciale de chaussures de garçons que je sais devoir donner excellente satisfaction et je les marque au plus juste prix pour en faire une valeur particulièrement bonne. J'en fais mon article d'affiche dont on parle. Je me procure un cliché de ce modèle et je le fais paraître dans les annonces de journaux. Je donne une description minutieuse de cette ligne, j'insiste sur sa qualité comme durée et par tous les moyens je publie toujours son prix.

En outre de cette ligne spéciale, j'annonce aussi d'autres lignes. En fait je fais une véritable semaine d'enfants dans les lignes régulières. Je sais qu'il y a des marchands qui me diront: "Quel besoin d'annoncer à grand fracas des chaussures d'enfants, si vous n'annoncez que des lignes régulières?" Il y a toutes les raisons du monde pour le faire. D'abord cela fait une diversion dans votre genre ordinaire d'annonces. Cela repose votre esprit, celui de vos clients et du public en

général de la matière ordinaire que vous employez tous les jours dans votre publicité. Un changement agréable de ce genre est de nature à attirer l'attention et retenir l'attention est une bonne publicité.

Une autre bonne raison, c'est que les enfants sont de bons annonceurs à un double point de vue. vous pouvez intéresser une maman en quoi que ce soit qui se rapporte à ses enfants, vous avez fait de la bonne publicité, car toute mère est naturellement attachée à ses enfants qui sont pour elle ce qu'il y a de plus cher au monde. Une mère apportera beaucoup plus d'attention à l'achat d'un article pour ses enfants qu'elle n'en mettrait pour l'achat de quelque objet pour n'importe quel autre membre de la famille. Aussi, avec de bons arguments convaincants dans vos annonces prouvant qu'il est sage d'acheter à présent des chaussures pour les enfants, cette semaine des enfants sera des plus prospères et vous réussirez à faire de belles ventes.

Je commence toujours mes annonces le samedi et j'installe mes vitrines le même jour. Cela veut dire naturellement que je les arrange le vendredi soir. Je remplis toute une vitrine de chaus-

sures d'enfants. Le fond peut représenter distinctement un dessin d'enfant sans très grand effort. Le plancher peut être agrémenté de quelques dessins tirés des livres d'images populaires.

En outre de ma réclame spéciale, je distribue quelques petits prix avec les achats faits durant la semaine des enfants. Les plumiers ont toujours leur charme. Ils sont bon marché et me font faire beaucoup d'affaires. Pour les garçons je trouve que les balles sont ma meilleure annonce. Les bâtons aussi, mais pas à l'automne, je les donne plutôt en mai. Mais la balle est toujours de saison pour un garçon, car il la mettra de côté en attendant la saison, tandis qu'il ne mettra pas de côté un bâton. Usez de votre propre jugement pour savoir ce que vous devez donner avec les achats.

Ce ne sont là que de simples suggestions sur lesquelles vous pouvez broder. Ce qui peut convenir chez moi peut très bien ne pas être applicable chez vous dans tous ses détails. Mais le principe est le même quelle que soit votre localité. Et je vous conseille d'essayer cette idée de la semaine des enfants.

## Rendez l'argent si le client n'est pas satisfait

**Un bon moyen de satisfaire un client mécontent—**

**Il est toujours de bonne politique de donner raison au client.**

Vous me demandez de vous expliquer pourquoi je suis si accommodant avec les clients qui font une réclamation. Je vous répondrai simplement: Parce que j'y trouve mon avantage. Ceci suffit à répondre à votre question. Je comprends cependant que vous désirez plus de détails sur ma façon d'agir avec les clients de cette catégorie et sur les raisons pour lesquelles je suis "apparemment" accommodant avec eux. Remarquez que j'ai employé le mot "apparemment" parce qu'après tout je ne crois pas que je sois spécialement indulgent. Je puis l'être comparativement à d'autres, mais la comparaison peut ne pas être bonne pour servir de base. Beaucoup trop de détaillants n'ont pas encore adopté les méthodes modernes dans leurs transactions journalières. Et je crois que beaucoup trop ont ancré dans un coin de leur cerveau la maxime: "On ne reprend pas la marchandise". La perte d'une vente ou du léger bénéfice réalisé sur une vente leur paraît si énorme qu'ils ne voient pas ce que peut entraîner pour eux la perte de la confiance d'un client.

Voici maintenant comment j'opère. Je ne crois pas pouvoir faire mieux que de vous donner comme exemple le cas de Mme Jones. Naturellement je me sers ici d'un nom d'emprunt pour désigner une personne qui entra un jour dans mon

bureau portant une paire de chaussures enveloppée dans du papier. Je vis immédiatement qu'elle avait l'oeil en feu et l'esprit prêt à la lutte. On ne gagne rien à se créer des ennemis. On ne gagne rien à discuter en affaires. Le meilleur moyen de traiter une cliente qui a l'oeil en feu est de la désarmer, et plus vite vous pouvez le faire mieux cela vaut pour vous et pour elle.

Elle déposa son paquet sur mon bureau et commença à l'ouvrir puis aussitôt elle commença: "Voyez, dit-elle, je n'ai ces bottines que depuis quelques jours et voyez dans quel état elles sont". Et elle m'indiqua le défaut, que j'ai totalement oublié depuis lors, mais qui était réellement insignifiant. Ce n'était ni un défaut de fabrication, ni quelque chose qui me fut imputable. J'aurais parfaitement pu discuter avec la cliente et lui prouver qu'elle était dans son tort et qu'il n'y avait pas faute de ma part. Mais en agissant ainsi j'aurais suivi la vieille méthode qui m'a fait perdre tant de clients dans le temps, la vieille méthode que j'ai abandonnée et que j'espère bien ne plus reprendre. Je pris donc les chaussures, je les regardai et sans discuter le moins avec la cliente, je lui dis: Mme Jones, je suis au regret de vous avoir causé tout cet ennui, mais je serais heureux de pouvoir le réparer". Puis m'adressant à la caissière, je lui dis: "Veuillez remettre à Mme Jones la somme de \$8.50 et faire une fiche pour ce montant."

Mais je ne demande pas mon argent, répartis immédiatement Mme Jones, je voudrais une autre paire de chaussures. Ne voulez-vous pas me les échanger?

Je lui répondis: "Écoutez, Mme Jones, le mieux est d'abord de régler cette transaction. Je vais vous rendre votre argent et ensuite vous serez absolument libre d'aller acheter une paire de chaussures où bon vous semblera au cas où nous ne pourrions vous donner satisfaction ici. Si je vous donnais un bon de crédit ou un bon d'échange, vous vous croiriez obligée d'acheter ici et je ne veux pas que vous soyez sous cette impression. Nous allons faire de notre mieux pour vous donner satisfaction mais si nous ne pouvons y parvenir, vous savez que vous êtes libre d'aller où vous pourrez obtenir ce qui vous conviendra le mieux.

Elle était complètement désarmée. L'éclair avait disparu de ses yeux, et elle ne pensait plus à discuter. Son attitude envers moi avait complètement changé. Oh... je me rappelle maintenant quel était le défaut. Elle se plaignait que les chaussures ne lui allaient pas. J'aurais pu facilement lui faire essayer les chaussures et lui suggérer une chose ou une autre pour la convaincre que ses bottines étaient très bien et qu'elles se feraient à son pied... etc... Elle aurait pu être satisfaite tant qu'elle aurait été dans le magasin, mais une fois chez elle après qu'elle aurait eu porté quelque peu ses chaussures, il y aurait eu dix chances pour une pour qu'elle ne les aime pas parce qu'elle aurait été sous l'impression qu'on les lui avait imposées et elle se serait fâchée contre le magasin chaque fois qu'elle aurait regardé ses chaussures.

Je lui demandai alors d'aller trouver un des vendeurs et de le prier de lui montrer ce qu'elle désirait. Après son départ je demandai au vendeur comment il s'en était tiré. Il me répondit qu'il lui avait vendu une paire de chaussures de \$10.00 au lieu d'une de \$8.50.

Quel a donc été le résultat? Si j'avais refusé de rectifier l'erreur ou si j'avais forcé la cliente à garder ses chaussures combien de ses amies auraient entendu parler de la transaction et auraient entendu là-dessus sa propre version? Aurait-ce été une bonne annonce pour moi? Tandis qu'en l'état actuel des choses, elle ne se lasse pas de raconter comme elle a été bien traitée et cela m'a fait beaucoup de réclame, car j'ai pu remarquer que beaucoup de nouvelles clientes sont venues chez moi sur sa recommandation.

Je sais qu'en général le commerçant considère ce cas comme une carte forcée. Cela peut-être. Mais la nature humaine est toujours portée à voir comme des montagnes les choses désagréables et comme des buttes de taupes les choses agréables, quand par hasard elle les remarque. Combien de fois pensez-vous aux doigts de votre main? Pas

une fois par semaine. Vous êtes si accoutumé à les voir que vous oubliez qu'ils sont là. Mais si quelque jour vous avez un panaris sur un de vos doigts, ce doigt vous donne plus à penser que ne l'ont fait tous les autres pendant toute l'année. Pourquoi? Parce que c'est un point sensible. De même vous vous exagérez les ennuis de votre commerce, parce que ce sont des points sensibles.

Le même principe peut s'appliquer dans les affaires. Combien y a-t-il de clients qui vous imposent leur volonté et qui vous font des réclamations, comparativement au chiffre total de votre clientèle? Si vous calculez, vous trouverez qu'il n'y en a relativement que très, très peu. Ainsi lorsqu'un de ces cas se présente, il vient comme un panaris sur votre pouce et vous ne voyez plus ce client unique. Vous laissez errer votre imagination et vous vous imaginez que tout le monde veut abuser de vous. Vous ne pensez qu'à la vente que vous allez perdre et vous ne songez nullement aux nombreuses ventes que vous serez appelé à perdre en détruisant la confiance de votre client.

S'il est un système qui jette le discrédit et la mauvaise renommée sur votre magasin, c'est bien celui de donner des bons de crédit. La cliente trouve que c'est une façon de l'obliger à acheter chez vous. Et cela contrarie son désir d'acheter où bon lui semble. Elle trouve que parce qu'elle a fait chez vous un achat qui ne l'a pas satisfaite, elle est obligée d'y faire un nouvel achat pour obtenir la valeur de son bon crédit et dans bien des cas elle prendra la peine d'aller acheter ailleurs pour ne plus vous donner l'occasion de lui offrir un nouveau bon de crédit.

Je puis citer le cas d'un homme qui acheta un jour une marque de bottines bien annoncée. C'était la première paire de ce genre qu'il achetait. Jamais de sa vie il n'avait eu de chaussures qui se déformaient. Une de ces chaussures cependant se déforma affreusement au contrefort. L'empaigne se détériora également très vite. Il en fut naturellement très contrarié et rapporta les chaussures au détaillant qui lui conseilla de les envoyer à la manufacture, ce qu'il fit. Le fabricant répondit qu'il regrettait vivement cet ennui et envoya au client un bon de crédit de Un dollar à valoir sur une autre, paire de chaussures du même genre qu'il pourrait acheter dans n'importe quel magasin vendant cette marque. Quelle a été l'impression faite sur cet homme? Il a tout simplement pensé qu'il était obligé à acheter une autre paire de chaussures d'un genre qu'il n'aimait pas et qu'il ne désirait pas et qu'on voulait lui imposer. Cela se passait il y a une quinzaine d'années et cet homme n'a plus jamais porté une paire de chaussures de cette marque et il n'a cessé depuis lors de dénigrer cette marque de chaussures.

Je prétends que le détaillant qui a vendu cette paire de chaussures a fait une grave erreur. Si j'avais été à sa place, j'aurais immédiatement



remboursé l'argent à mon client, ce qui lui aurait donné satisfaction. Puis je me serais mis en rapport avec le fabricant et j'aurais fait le meilleur arrangement que j'aurais pu. Mais j'aurais conservé la confiance de mon client. J'ai toujours pour principe que le client doit toujours avoir raison et je pense toujours qu'un client satisfait est une bonne réclame. Vous voyez ainsi quelles sont mes raisons pour être accommodant: CELA PAYE...

### COMMENT JE FERAIS DE LA PUBLICITE SI J'ETAIS CORDONNIER

Pour une fois sortez de l'ordinaire — Faites quelque chose de différent, quelque chose dont les gens parlent.

(Par un marchand d'articles pour hommes).

Vous me demandez comment j'annoncerai si j'étais dans le commerce de chaussures. Je n'y ai jamais pensé. Mais puisque vous me suggérez, cette idée, il me semble que j'adopterais le même plan que j'ai adopté dans mon commerce d'articles pour hommes, car après tout, la publicité n'est jamais que la publicité, la seule différence consiste dans les articles que vous avez à vendre et les moyens de toucher le public. Comme la chaussure et les articles pour hommes sont presque semblables, au point de vue de la vente, je vais vous donner mon plan pour annoncer mes articles et l'adapter simplement au commerce de chaussures.

Tout d'abord une bonne publicité fait parler de vous. Plus on parle favorablement, plus elle a de résultats. Lorsque le public est appelé à parler d'un commerçant sur une question quelconque c'est une publicité, ce n'est peut-être pas une publicité qui attirera la clientèle et donnera des résultats financiers mais c'est une publicité.

Les gens sont plus enclins à parler de choses qui sortent de l'ordinaire que de choses courantes. On entend très peu parler de l'herbe que l'on voit tous les jours sur les pelouses. Mais si quelqu'un est capable de produire un gazon d'une verdure extraordinaire ou de qualité incomparable, on en parlera. Non pas parce que c'est de l'herbe, mais parce que cette herbe est d'une qualité inusitée. On peut en dire autant des chevaux, des chiens, des gens on de tout autre chose: l'extraordinaire attire toujours l'attention.

M'étant bien mis ceci dans la tête, lorsque je débutais dans les affaires, je cherchai l'inusité. Tout d'abord je suis personnellement quelque peu différent des autres gens. Vous aussi, M. le cordonnier, qui que vous soyez. Il se peut que vous ne soyez pas capable de faire valoir cette différence en l'employant comme moyen de publicité. Jusqu'à présent il n'y a que très peu d'hommes qui aient pu le faire. Tout d'abord oubliez votre modestie. Avez-vous jamais vu le monsieur qui est plein d'enthousiasme pour lui-même et pour son

commerce? Vous l'appellez un vrai "Blow". Aujourd'hui on l'appelle le plus vulgairement un "bull shooter". Vous l'avez écouté en vous en allant vous vous êtes dit: "Qu'est-ce qu'il nous débite?" Et malgré vous, vous avez été impressionné. Vous avez aimé à l'entendre parler, vous l'avez écouté. L'effet a été obtenu. Pourquoi? Parce que tout le monde aime à voir un homme qui a confiance en lui-même. Si vous n'avez pas cette confiance qui vous fasse parler de vous-même, ayez au moins la confiance qui vous fasse parler de votre commerce. Cela ne veut pas dire que vous deviez faire de fausses déclarations. Vous devez simplement vous montrer enthousiasmé de vous-même et de votre commerce et inculquer aux gens l'idée que vous avez à leur vendre quelque chose qu'il est de leur intérêt d'acheter. Ayez toujours pour but de les convaincre que c'est leur intérêt d'acheter chez vous.

Les moyens que j'emploierais sont tous ceux dont on peut disposer: journaux, programmes, enseignes, grandes ou petites, pour la campagne et la ville, et avant toute chose mes vitrines. J'en entends qui se montent quand je parle de programmes. Je sais tout ce que l'on peut dire contre la publicité dans les programmes. Mais, je vais la défendre. Comme annonce directe, cela peut être bon ou non. Cela dépend surtout de savoir si vous avez une réelle bonne affaire à offrir et si vous pouvez la présenter d'une façon convenable et convaincante. Mais je ferais imprimer cette annonce dans un caractère différent, surtout pour attirer l'attention sur mon magasin. Je reviendrai plus tard sur cette question. Supposons cependant que le programme n'est pas bon comme annonce directe. Je parle ici pour les commerçants des villes de 5 à 15,000 habitants. Ces programmes sont ordinairement destinés à des oeuvres de charité. Mme X. vient pour solliciter des annonces. Mme Z... l'accompagne. Elles entrent dans mon magasin et me demandent de prendre une annonce dans le programme. Je prends mon plus gracieux sourire et je leur dis: "Certainement, vous ne devez pas m'en priver." Cela leur fait croire que c'est la meilleure oeuvre pour laquelle elles aient jamais travaillé. Cela donne du ton à la conversation. Je m'inquiète alors de savoir comment vont leurs affaires et je les intéresse tout comme je prends intérêt. Puis je commence à parler d'une nouvelle ligne de marchandise que je tiens. S'il s'agit de chaussures je parlerai d'un genre que je penserai pouvoir les intéresser. Bien souvent j'ai vendu aux solliciteuses d'annonces pour les programmes, plus que pour payer mon annonce, qui en général vaut de un à trois dollars.

Quel en est le résultat...? Mme X... et Mme Z... s'en vont et parlent de moi et de mon magasin. Elles me font de la réclame pour dix fois plus



# LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

## EDITEURS

Compagnie de Publication des marchands-détaillants  
du Canada, Limitée,

Téléphone Bell Est 1185.

MONTREAL.

Bureau de Montréal: EDIFICE DANDURAND.

ABONNEMENT	{	Montréal et Banlieue . . . \$3.00	} PAR AN.
		Canada . . . . . \$2.50	
		Etats-Unis . . . . . \$3.00	
		Union postale, frs. . . . . 20.00	

Circulation assermentée et auditée par "Audit Bureau of  
Circulations".

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.  
A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à  
nos bureaux, quinze 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 paya-  
bles à l'ordre du Prix Courant.

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

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

MONTREAL, vendredi 24 octobre 1919.

Vol. XXXII — No 43

## LA CHAMBRE COMMERCIALE DES CULTIVATEURS.

Dans deux de nos numéros antérieurs nous avons déjà attiré l'attention de nos lecteurs sur la compagnie "La Chambre Commerciale des Cultivateurs Limitée, et depuis plusieurs semaines nous recevons de toutes parts des lettres demandant des informations au sujet de cette compagnie. Cette compagnie "La Chambre Commerciale des Cultivateurs Ltée" a ses bureaux dans l'Edifice Dandurand, 294 rue Ste-Catherine Est à Montréal. Elle est sous la direction de Monsieur Elie Napoléon Turner. Cette compagnie n'aura du succès qu'en autant qu'elle pourra continuer à trouver de nouveaux actionnaires, car il est évident qu'elle ne pourrait pas se maintenir longtemps sur la base sur laquelle elle est organisée, si ce n'était que de la source presque inépuisable de gens qui se laissent assez facilement convaincre de faire des placements dans des compagnies de ce genre. Ceux qui ont déjà souscrit nous disent que cette compagnie ne donne pas le service à ses actionnaires que ses sollicitateurs promettent. Il est intéressant de faire le relevé des compagnies que ce monsieur Turner a organisées dans la province de Québec depuis quelques années et qui, toutes les unes après les autres, sont tombées en déconfiture sans que les actionnaires puissent espérer retirer la moindre partie des argents qu'ils avaient souscrits dans ces compagnies.

Monsieur Elie Napoléon Turner est un homme âgé d'environ 45 ans, et qui autrefois était marchand tailleur à West Wickham, P.Q., et plus tard à Drummondville, P.Q. Il vint à Montréal en 1914 où il organisa la Compagnie des Marchands Ltée qui ne fut pas un succès. Il organisa ensuite la Compagnie Eureka Toys Limited qui a été mise en liquidation, ensuite la Compagnie "La Chaussure Nationale Limitée" qui a également été mise en liquidation, et plus tard la Compagnie de Gros Canadienne, Limitée qui ne fut pas un succès, non

plus, et maintenant il est à pousser "La Compagnie La Chambre Commerciale des Cultivateurs Limitée."

Le principe en vertu duquel ces différentes compagnies ont été organisées est, qu'elles prennent une idée populaire qui, si elle était pratique, serait idéale, mais comme malheureusement cette idée n'est pas pratique, l'inévitable se produit, et ces compagnies sont obligées de cesser leurs affaires. Le mode d'opération est que M. Turner emploie des agents sollicitateurs qui parcourent la province de Québec, et qui travaillent à commission. Généralement ils reçoivent 25% de commission sur les actions qu'ils font souscrire. Ils font verser le montant de 25% immédiatement, qui représente leur commission, et se font donner des billets provisoires pour la balance du montant souscrit, et ces billets sont ensuite escomptés à un taux d'usure par un certain notaire qui est en même temps gérant d'une banque dans la province de Québec.

Nous surprendrons peut-être quelques-uns de nos lecteurs lorsque nous dirons qu'au-delà de \$300,000.00 ont été souscrits dans ces différentes compagnies.

A première vue, on croirait que le procureur-général devrait intervenir pour empêcher une exploitation de ce genre, mais toutes ces compagnies ont été organisées dans la forme régulière, et les souscriptions sont prises sous des formes légales. Comme les représentations verbales sont toujours assez difficiles à prouver, les souscripteurs n'ont que bien peu de recours dans les circonstances.

Comme il est facile de le constater, les premières compagnies organisées par M. Turner étaient supposées rendre des services marqués aux marchands, et ils s'adressaient naturellement à eux pour obtenir le capital requis. Dans ce genre d'affaires, et surtout dans des conditions comme celles-là, il est assez difficile pour lui ou sa bande d'agents de s'adresser deux fois à la même personne, et comme son commerce devenait proba-

blement difficile avec les marchands, il s'adresse maintenant aux cultivateurs. Il serait à espérer que les marchands locaux de la province ou les journaux d'agriculture fassent connaître les antécédents de ce monsieur Turner.

### PROTESTATIONS DES EPICIERES EN GROS

Les épiciers en gros ont adressé à la Commission des chemins de fer une demande pour empêcher les compagnies de chemins de fer d'augmenter comme elles veulent le faire, de 15 à 30 pour 100 les tarifs pour le transport des fruits en conserve des différentes parties de la province d'Ontario jusqu'à Montréal et autres points de l'Est du Canada.

Les épiciers disent que les compagnies de chemins de fer ont déjà augmenté pendant la guerre de 45 à 50 pour cent les taux de transports pour les fruits en conserves comme d'ailleurs pour toutes les autres marchandises et qu'en conséquence une nouvelle hausse serait absolument injustifiée.

Un des principaux épiciers de Montréal a déclaré que si la Commission des chemins de fer accordait aux compagnies l'autorisation d'augmenter encore une fois leurs taux, il s'en suivrait nécessairement une hausse correspondante dans le prix déjà élevé des fruits en conserves.

### LE SUCRE EST RARE AUX ETATS-UNIS

Le sucre se fait très rare à New-York et dans tout l'est américain. Dans certains districts, il est même devenu presque impossible de s'en procurer. Cet état de chose existe en dépit du fait qu'en 1918-19, on a raffiné des centaines de milliers de tonnes de sucre de plus que l'année précédente.

Selon M. H. E. Costella, gérant général du "U. S. Sugar Equalization Board", le rationnement du sucre va redevenir nécessaire et il devra être en vigueur jusqu'au 1er janvier prochain.

Quatre raisons principales sont cause de ce manque de sucre:

(a) La prohibition a développé le goût des friandises, et l'on mange deux fois plus de bonbons qu'auparavant, si bien que d'importantes brasseries ont été converties en fabriques de bonbons;

(b) La prospérité générale dont jouit actuellement l'Amérique a permis à des millions de personnes d'augmenter leur consommation de sucreries, et une foule de gens des deux sexes, qui retiennent de meilleurs salaires achètent maintenant beaucoup plus de bonbons que l'an dernier;

(c) Les ménagères d'Amérique achètent, à cette saison-ci, d'énormes quantités de sucre pour faire des marmelades, conserves de pommes, etc.;

(d) La crise du transport a immobilisé de grosses cargaisons de sucre, dans le port de New-

York et ailleurs, et les grèves des manutentiers de fret et des employés de messageries ont fait que l'approvisionnement de sucre a été retardé de dix jours.

Toujours d'après M. Costella, il existe une cinquième raison de cette pénurie de sucre: l'accaparement, lequel se pratique encore, malgré des règlements sévères édictés par le gouvernement fédéral. L'inspecteur général du sucre est d'avis qu'il faudrait sévir davantage contre les accapareurs.

### LA REPRISE DES AFFAIRES.

Notre commerce extérieur a pris, pendant la guerre, une expansion que les plus optimistes n'auraient jamais prévue. Cet extraordinaire développement ne pouvait être que temporaire. Il suffisait en effet de jeter un oeil sur la statistique de notre exportation pour constater que la guerre, qui nous imposait par ailleurs un lourd fardeau, était un puissant stimulant pour notre exportation, puisqu'elle diminuait au monde entier la production, créait dans les pays alliés d'immenses et pressants besoins, supprimait la concurrence d'un bon nombre de pays, interrompait en grande partie les relations maritimes entre plusieurs autres.

L'avènement de la paix a rendu au travail des millions de soldats, a rétabli la concurrence universelle — concurrence d'autant plus âpre que l'on veut partout reconstituer la richesse nationale et refaire les fortunes privées — a rouvert aux cargos les routes maritimes.

C'est la reprise des affaires. Nous n'aurons notre part légitime des échanges que dans la mesure où nous serons en état de produire à bon marché, c'est-à-dire en abondance, et de vendre à des clients étrangers qui ne sont pas en état de payer comptant. C'est précisément pour solder les frais de la démobilisation, qui nous fournira de la main-d'oeuvre et faire du crédit à des acheteurs étrangers dont la clientèle est vivement sollicitée par nos concurrents, que l'Etat lance l'Emprunt de la Victoire 1919. Avec le produit de l'emprunt, l'Etat paiera comptant le producteur canadien et fera crédit à l'acheteur étranger.

C'est l'emprunt de la reprise des affaires.

### LES PAQUETS EXPEDIES PAR EXPRESS.

Les compagnies d'express américaines qui sont sous le contrôle du gouvernement américain viennent d'établir un nouveau règlement concernant l'expédition des paquets pesant 25 livres ou plus. A l'avenir tous ces paquets devront être dans un récipient en bois ou en carton ondulé, ce qui veut dire que les paquets enveloppés dans des boîtes de carton ordinaire ou avec du papier à envelopper ne seront plus acceptés.

## Importante assemblée de l'Association des Épiciers

### Election des officiers.

L'association des épiciers de Montréal, section de l'association des Marchands Détaillants du Canada, a tenu mardi soir, sous la présidence de M. J. A. Debien, président, son assemblée annuelle qui fut très animée et à laquelle beaucoup de questions furent discutées.

Le principal ordre du jour était cependant celui de l'élection d'un nouveau bureau exécutif. Toutes les élections se sont faites par acclamation; celle du président a été l'objet d'un enthousiasme qui dura plusieurs minutes. Voici comment se composera le nouveau bureau exécutif de l'association:

Président, M. J. A. Debien; 1er vice-prés., M. Emery Leboeuf; secrétaire, M. U. Sansregret; trésorier, M. Ernest Lamarche; auditeurs, MM. Joseph Dubois, président du bureau, Raoul Cornelier et Alexandre Filion.

M. Lamarche remplace M. d'Argencourt qui a décidé d'abandonner le commerce de l'épicerie pour quelque temps et qui doit entreprendre prochainement un long voyage dans le sud des Etats-Unis. Le départ de M. d'Argencourt a été vivement senti de tous les membres.

L'élection de M. Debien s'est faite dans le plus bel enthousiasme qu'on a jamais vu à l'association. Homme consciencieux et tout aux intérêts de l'association, il a provoqué la confiance des membres qui n'ont pas voulu lui faire d'opposition et qui l'ont forcé à reprendre son importante fonction malgré que le titulaire, vu ses nombreuses occupations, ait manifesté le désir de se retirer.

La première question qui fut débattue à l'assemblée d'hier soir, fut celle de la fermeture à bonne heure. Il s'agissait de savoir si les épiciers devaient protester contre l'attitude récemment prise par le conseil municipal au sujet de ce règlement. Comme on le sait, le conseil municipal a adopté un amendement au règlement pourvoyant à ce que les restaurateurs restent ouverts en dépit du règlement vu leur genre de commerce qui ne peut faire de tort aux détaillants, soit dans le commerce de l'épicerie, ou de tout autre.

Une longue discussion s'est élevée autour de cette question. Le président expliqua tout d'abord ce que comportait cet amendement adopté par le conseil municipal. Immédiatement après le président, M. le secrétaire fit une revue de ce qu'avait été cette assemblée du 14 octobre et déclara que l'amendement demande que tous les restaurateurs et les petits épiciers qui ne vivent que de leur commerce et qui n'emploient qu'un commis ou deux pouvaient rester ouverts les soirs de fermeture.

Le secrétaire fait immédiatement remarquer qu'il y a un très grand nombre d'épiciers qui n'ont qu'un commis ou deux et que si on leur permet de rester ouverts, ce sera de renverser le règlement adopté à grande peine par tous les détaillants.

L'échevin Sansregret prit ensuite la parole et fit une revue très détaillée de ce qu'avait été cette assemblée du conseil et expliqua qu'il avait été dissident sur cette question. Il rappelle aussi tout le travail qu'ont dû se donner les marchands détaillants pour faire adopter ce règlement et il fait l'éloge des épiciers de l'avoir pratiquement dit ensuite que la commission administrative, cependant décidé de ne pas changer d'attitude sur la question de la fermeture à bonne heure, n'avait encore rien décidé au sujet de ce règlement adopté par le conseil municipal. Le conseil ne peut pas forcer la main à la commission administrative et si celle-ci décide de ne pas changer d'attitude à ce sujet, il n'y a pas lieu de craindre.

M. Sansregret parla ensuite de la question de la vente des légumes à la pesée ainsi que du jugement du juge Duclos au sujet du "test case" fait par les restaurateurs relativement au règlement de la fermeture à bonne heure. Il lit une résolution adoptée par le bureau de Montréal de l'Association des Marchands Détaillants qui déclare que le règlement devrait être mis en vigueur tel qu'il est présentement rédigé.

M. Kipnis se demande pourquoi adopter une résolution alors que le règlement n'est pas encore mis en vigueur par les autorités de la police. Il cite le cas de plusieurs restaurateurs qui, derrière un rideau, conservent des produits d'épicerie et qui ne se gênent pas pour en vendre après les heures réglementaires.

M. J.-D. Boileau, revenant à la question des commis, déclare que cinquante pour cent des épiciers et des restaurateurs n'ont pas plus de un ou deux commis. C'est donc dire que la moitié des commerçants pourront rester ouverts.

A la fin, M. J.-R. Léo Ayotte, secondé par toute l'assemblée, excepté M. Pierre Filion, qui se déclare dissident, a proposé l'adoption de la résolution suivante:

"Il est résolu par la section des épiciers de l'Association des Marchands Détaillants du Canada, que tous les membres de cette section protestent énergiquement contre l'attitude prise par le conseil municipal relativement à un amendement au règlement de la fermeture à bonne heure, adopté par la majorité du conseil municipal".



M. Filion expliqua en quelques mots les raisons qui le font enregistrer comme dissident. Il déclare qu'il a toujours été contre le règlement de la fermeture à bonne heure et qu'il veut la liberté pour tous sur ce sujet.

L'assemblée discuta ensuite de la question du prix de détail de la bière. Le comité nommé à cet effet pour rencontrer les brasseurs de Montréal fit rapport et déclara que tout marchait à souhait au sujet de ces négociations. Suivant certaines déclarations faites hier soir il appert que tout le trouble vient des embouteilleurs, mais on déclara que les brasseurs allaient prendre des mesures afin d'y remédier.

Le rapport du comité fut accepté et laissé sur la table pour plus ample discussion.

Après l'assemblée des élections qui furent suivies de 45 à 50 mots de remerciements des élus.

Après la discussion, incidemment, sur la question de la fermeture à bonne heure par les autres, par un comité spécial, du rapport sur une nouvelle entrevue proposée avec le chef de la commission. Aucune entrevue n'a encore eu lieu, elle est déferée après le jugement du juge Duclos. Cette affaire est maintenant public et l'entrevue, suivant la suggestion de l'échevin Sansregret, aura lieu prochainement.

Sur la suggestion de M. Alexandre Filion, le comité de régie aura maintenant deux assemblées régulières par mois; la première aura lieu dans la semaine qui suivra l'assemblée mensuelle et la seconde dans le cours de la semaine précédant cette assemblée mensuelle. Ainsi toutes les questions pourront être préparées à l'avance et la discussion rendue, de ce fait, plus prompte.

Après l'adoption d'un vote de remerciements aux deux officiers sortant de charge, MM. L. O. d'Argencourt et J. E. Cusson, ex-premier vice-président, l'assemblée fut ajournée.

### L'ASSOCIATION DES MARCHANDS-DETAILLANTS ET LA QUESTION DE LA VENTE DU SUCRE AU DETAIL.

Nous reproduisons ci-après copie du mémoire présenté au Tribunal du Commerce par l'Exécutif Fédéral de l'Association des Marchands Détaillants du Canada Inc.

A Son Honneur le juge Robson et aux membres du Tribunal de Commerce, à Ottawa.

Messieurs,

Du fait que le présent ordre qui a été établi par votre tribunal relativement au taux fixé pour la vente du sucre au détail n'est, à notre avis, satisfaisant ni pour le commerce de détail ni pour le public, et comme il est l'objet de quantité de critiques

de la part des marchands-détaillants et de la presse de tout le Canada, nous, comme représentants des membres du Conseil exécutif de l'Association des Marchands Détaillants du Canada, désirons présenter nos vues concernant cette matière, devant votre tribunal, dans le but d'améliorer la situation présente.

D'abord, qu'il nous soit permis de dire que nous regrettons que vous ne donniez pas au commerce de détail du Canada la même opportunité de présenter ses vues devant vous, comme vous l'avez fait pour les raffineurs, et à ce propos, nous tenons à faire remarquer que, tandis qu'il y a une relation étroite entre les manufacturiers ou les producteurs, et les commerces de gros et de détail auxquels maintes choses et intérêts sont communs du fait de leurs circonstances particulières, ils sont tout à fait distincts, et pour cela nous aimerions à vous souligner la nécessité qu'il y a de ne pas accepter les manières de voir d'une quelconque des branches de commerce ci-dessus mentionnées comme représentant n'importe quelle ligne particulière, mais bien de laisser à chacune le soin d'y répondre. Nos intérêts sont ceux des distributeurs au détail, et à ce titre nous serions heureux de vous fournir toute information relative à n'importe quelle ligne du commerce de détail, ce dernier comprenant à peu près cinquante-cinq sections en tout. Notre Association représente le commerce de détail d'un océan à l'autre, et n'est pas, par conséquent, confiné à quelque district local particulier.

En examinant l'ordre que vous avez promulgué concernant la vente du sucre, nous voyons que vous avez donné aux raffineurs un profit plus fort qu'ils n'en avaient depuis quelque temps, à notre connaissance.

Vous avez donné au commerce de gros une permanence de prix qu'ils n'avaient jamais eue avant, et vous avez réduit le profit de l'épicier en détail et rendu tel que la vente complète du sucre au détail est absolument improfitable.

Après avoir examiné la chose sérieusement, nous voyons que le plus bas coût des dépenses courantes encourues par l'épicier en détail est de 18½ pour 100; et par conséquent, la fixation par votre tribunal d'un centin par livre comme profit sur le sucre cause une perte pour chaque épicié en détail sur chaque livre de sucre qu'il vend. Nous n'avons pas besoin de vous rappeler que les sacs en papier ont vu leur prix augmenter, de même que la ficelle et aussi bien que les salaires des commis, le loyer et autres dépenses.

L'ordre édicté par votre tribunal a eu pour effet d'engager un certain nombre de gens à essayer d'acheter du sucre en plus grosses quantités qu'avant, des gens demeurant à la campagne téléphonant même à leur épicié de leur envoyer un sac de sucre à leur maison de ville. Ce sucre aurait très



bien pu être divisé en petits lots, ce qui aurait accommodé plus de clients pendant la période de rareté du sucre. Les épiciers aussi désirent savoir s'ils ont le droit de refuser de vendre du sucre aux étrangers de manière à pouvoir garder cette commodité pour leurs clients.

A notre avis, si l'ordre institué par votre tribunal ne permettant au détaillant qu'une cent de profit par livre est mis en vigueur, cela aura pour effet de porter les épiciers à encourager la vente de sucre en plus fortes quantités de façon à le tenir avec profit, et ceci implique que les gens riches obtiendront du sucre au détriment des pauvres.

Il n'a pas été question dans l'Ordre, si le centin de profit affecte le prix des sucres de fantaisie, tels que sucre en pain, sucre en morceaux, sucre pulvérisé, etc.

Quelques raffineurs ont des prix différents. Par exemple, Redpath charge 30 cents de moins que les autres raffineurs, et nous sommes désireux de savoir si les différents sucres produits par les différents raffineurs doivent être gardés dans des récipients séparés et différents et si des prix différents doivent être chargés aux consommateurs. Nous aimerions aussi à savoir à quel prix la livre les épiciers devraient vendre le sucre par lots d'une livre quand il coûte \$11.23 les 100 livres.

Nous désirons appeler votre attention aussi sur le fait que depuis que votre tribunal a placé des restrictions sur la vente du sucre au détail, les raffineurs ont augmenté par deux fois le prix du sucre aux consommateurs — de 45c les 100 livres la première fois et 60c les 100 livres la seconde fois.

En présentant notre cas devant votre tribunal, nous désirons dire que l'épicière en détail qui est le distributeur du sucre au détail, est une partie de la communauté aussi essentielle que toute autre classe, et qu'il ne peut être remplacé par d'autres moyens de distribution qui soient aussi économiques. Le paiement de ses services devrait, en conséquence, recevoir une considération égale à celle portée aux autres classes, et avec des dépenses régulières en moyenne de 18½ pour 100, par tout le Canada, il est absolument impossible pour lui de distribuer le sucre à un profit moindre de 20 pour 100, en sus du prix coûtant, et nous demandons respectueusement à votre tribunal de voir à ce que nous obtenions justice à ce sujet, et qu'on ne nous demande pas de vendre du sucre à meilleur marché que le dit pourcentage, ce que nous faisons à présent en vertu de l'Ordre imposé par votre tribunal.

Nous regrettons vivement de n'avoir pas eu l'occasion de discuter de la chose avec vous, avant que l'ordre ne soit mis en vigueur, mais à présent que nous vous avons soumis notre cas et donné des faits, nous sommes persuadés que vous reconnaîtrez le bien-fondé de nos réclamations et que vous transformerez l'Ordre afin de nous rendre justice.

**QUEL  
DELICIEUX  
BONBON!**



*Patterkrisp*

*“On ne peut s'en rassasier”.*

Est-ce vous qui avez fait de gros profits la saison dernière? Quelqu'un en a fait parce que les ventes du Patterkrisp ont été énormes.

La demande pour des bonbons augmente continuellement. D'un océan à l'autre un gros volume de commandes répétées est venu à notre fabrique — prouvant hors de tout doute que le Patterkrisp occupe le premier rang comme bonbon facile à vendre.

Ne laissez pas passer votre chance! Prenez en stock le Patterkrisp. Il suffit de mettre Patterkrisp en étalage pour le vendre. Par une publicité continue et systématique dans tout le Dominion nous coopérons avec nos vendeurs et nous créons une demande publique plus considérable pour le Patterkrisp.

De la littérature d'annonce intéressante, des cartes d'étalage et des garnitures de vitrine, des cartes d'étalage de magasin, des pancartes — tous des accessoires de ventes qui seront un actif pour votre magasin — sont à votre disposition: vous n'avez qu'à les demander. Procurez-les-vous et servez-vous-en, les résultats seront superbes pour vous.

Ecrivez-nous ou à votre marchand de gros pour tous les renseignements dont vous pourriez avoir besoin.

Prix.	Unité de 15 lbs.	Cartons de ½ lbs., la douz.	Cartons de 3 onces les 2 douz.
F.A.B. Montréal	.33	\$2.40	\$1.90
Livré à l'est de Montréal	.34	2.50	1.95

**The Patterson Candy Co.**

Limited

TORONTO, ONTARIO

Les revendications ci-dessus sont faites respectueusement.

Signé: E. M. TROWERN,

Secrétaire du Conseil exécutif fédéral et du Bureau fédéral de l'Association des Marchands-Détailants du Canada, Incorporée.

A moins que le jugement rendu par le tribunal du commerce concernant les profits sur la vente du sucre que les marchands en détail sont supposés faire ne soit modifié, nous ne serions pas surpris de voir avant longtemps un grand nombre de marchands en détail cesser la vente de cet article de première nécessité. Personne ne peut les forcer de tenir en magasin un article quelconque et de le faire vendre à perte. Fixer les prix d'une manière arbitraire n'est pas toujours un remède. Il y a une protection pour le public.

### COMMENT JE FERAIS DE LA PUBLICITE SI J'ETAIS CORDONNIER

(suite de la page 38)

que je leur ai donné. Supposons maintenant que j'ai refusé à ces dames, comme je connais certains marchands qui le font. Que je leur aie dit que ce n'était pas une bonne publicité, qu'en serait-il résulté? Elles seraient parties contrariées. Elles n'auraient été nullement d'humeur à recommander mon magasin. J'aurais perdu leur confiance. J'aurais perdu beaucoup plus que la valeur de l'annonce dans le programme et il y a encore des marchands qui vous diront que la publicité dans les programmes ne paie pas. . . . C'est certainement vrai si l'on se place à un point de vue restreint. Par "point de vue restreint" je veux dire de voir simplement les affaires que peut rapporter directement l'annonce. Il faut aussi considérer la publicité qui provient d'ailleurs que les voies ordinaires au point de vue de la confiance. Et les programmes rentrent dans cette catégorie.

Un autre bon moyen d'annoncer est de prendre intérêt à quelque entreprise particulière à votre ville, en dehors de votre magasin. Si vous avez une équipe de baseball, par exemple, entrez dans le comité d'organisation et faites du bruit autour de votre équipe. Dites dans vos annonces que

votre ville possède la meilleure équipe dans son genre. Offrez une coupe en argent qui sera disputée dans les séries. Placez cette coupe dans votre vitrine avec une étiquette expliquant ce que c'est et que c'est vous qui la donnez. Ces coupes ne coûtent pas cher et constituent une très bonne publicité. J'ai cité le baseball comme exemple. On peut faire la même chose pour une équipe de football de crosse, ou de hockey ou de quelque autre sport en faveur dans votre ville. Cela vous met en évidence parmi le public et c'est de la bonne réclame. Le public et les joueurs feront tous de la publicité pour vous.

Passons maintenant à l'école. Assurez-vous la coopération des professeurs en leur faisant croire qu'ils se sont assurés votre coopération. Suggérez-leur de préparer un concert à la fin de l'année scolaire, ou à toute autre époque quelconque, en leur demandant d'avoir à ce concert un concours de diction. Demandez aux professeurs d'entraîner leurs élèves pendant l'année scolaire avec l'idée que le concours aura lieu au concert annuel. Offrez des médailles ou des coupes ou tous autres prix qui puissent convenir en l'occurrence. Vous pouvez exposer ces prix dans votre vitrine une couple de semaines avant le concert et ils exciteront beaucoup d'intérêt. Mais le plus intéressant pour vous ce sera que les enfants parleront de vous et des prix que vous offrez et lorsque les enfants parlent de vous, c'est la meilleure forme de réclame que vous puissiez avoir. Faites faire des clichés de ces prix et faites les paraître dans vos annonces dans les journaux. Tout le monde s'y intéressera et cela encouragera le talent oratoire autant que cela vous fera de publicité.

Vous pouvez également offrir en prix une paire de chaussures pour la fille et le garçon qui remporteront le meilleur succès à l'examen d'entrée à l'école supérieure. Assurez-vous que les professeurs en soient informés assez tôt pour en prévenir leurs élèves. Une paire de chaussures a aujourd'hui une valeur très appréciable pour un garçon ou une fille, mais si vous considérez qu'elle va vous faire de la réclame pendant plus de six mois dans l'année, vous devez admettre que ce mode de publicité est véritablement bon marché pour vous.



Demande  
considérable

**Avis aux  
Commerçants**

# "RIGA"

Vente  
assurée

La Grippe Espagnole sévit encore. Garnissez donc vos stocks d'eaux purgatives "RIGA"; elles constituent un préservatif contre ce terrible fléau.

Dites-le à vos clients.

Vendez-leur "RIGA".

SOCIETE DES EAUX PURGATIVES RIGA, 40 RUE PLESSIS, MONTREAL.

# Le Marché de l'Alimentation

Mercredi soir, le 22 octobre 1919.

Les prix des porcs se sont considérablement affermis, les tendances qui se sont manifestées sur les marchés extérieurs ont eu leur répercussion ici. Les porcs vivants choisis sont encore cotés à \$18 et les offres, bien que limitées ont été vite prises. Les viandes préparées et cuites sont très actives et les prix n'ont pas changé. Le saindoux est plus ferme, le ton étant plus fort par suite de l'affermissement des prix des porcs. Le choix des cotations locales est plus considérable. La graisse végétale reste sans changement, de même que la margarine. Le beurre de crèmerie se vend deux cents plus cher et un commerce considérable d'exportation est fait aux Etats-Unis. Tout indique que les prix du fromage peuvent monter, l'encherissement des acheteurs étant actif et des prix d'achat plus élevés étant payés. Les oeufs sont très fermes et les oeufs strictement frais rares. Le marché des volailles a été actif cette semaine et les cotations du poisson — surtout la morue et le haddock, sont à la baisse. Les affaires ont été actives.

## LES MARCHES DES PORCS PLUS FERMES; LES LOTS CHOISIS SE MAINTIENNENT A \$18

Viandes fraîches. — Les tendances au cours de la semaine ont été plus fermes pour les porcs et les conditions ici sont semblables à celles des autres centres canadiens, en ce que regarde les prix. Les livraisons ont été plus petites et les porcs de la meilleure variété se vendent facilement aux pleins prix.

Bien que le mouvement du bétail soit stable, il ne paraît pas avoir été lourd. Les prix sont très stables.

Nous cotons:

Porcs vivants . . . . .	18.00
Porcs préparés—	
Tués aux abattoirs, petits	
65-90 lbs . . . . .	26.50 27.00
Truies (pesantes) . . . . .	22.00 23.00
Porc frais—	
Gigot de porc . . . . .	0.33
Gigot de porc (trimmé) . . . . .	0.37
Longes (trimmées) . . . . .	0.37
Longes (non trimmées) . . . . .	0.33
Côtes, Spare . . . . .	0.23 0.24
Epaules (trimmées) . . . . .	0.29
Saucisse de porc (pure) . . . . .	0.26
Saucisse de ferme . . . . .	0.22
Boeuf frais—	
(Steers et Helfers):	
Quartiers derrière . . . . .	0.26 0.27
Quartiers devant . . . . .	0.14 0.16
Longes . . . . .	0.34
Côtes . . . . .	0.25
Chucks . . . . .	0.14
Hanches . . . . .	0.22 0.25

(Vaches)—

Quartiers derrière . . . . .	0.20	0.22
Quartiers devant . . . . .	0.12	0.14
Longes . . . . .	0.27	
Côtes . . . . .	0.23	
Chucks . . . . .	0.11	
Hanches . . . . .	0.18	
Veaux (suivant qualité) . . . . .	0.22	0.28
Agneaux, 30-40 lbs. (entiers), la lb. . . . .	0.23	
Mouton . . . . .	0.16	

## LES BONNES VIANDES PREPAREES SE VENDENT BIEN

Viandes préparées. — Le mouvement des jambons fumés a été très considérable et à des prix qui indiquent un ton plus stable que celui de la semaine dernière. Avec les prix des porcs affermis, il n'est pas probable que les marchés immédiats pour les viandes préparées déclinent beaucoup. Les stocks sont suffisants pour répondre à tous les besoins.

Nous cotons:

Viandes préparées—	
Jambons:	
Médium, fumés, la lb—	
(Poids) 12-14 lbs . . . . .	0.40½
14-20 . . . . .	0.39 0.40
20-25 . . . . .	0.37
25-35 . . . . .	0.29
Plus de 35 lbs . . . . .	0.28
Bacon—	
Déjeuner, la lb. (suivant qualité) . . . . .	0.44 0.52
Windsor . . . . .	0.51
Cottage rolls . . . . .	0.35
Jambon Picnic . . . . .	0.29
Porc en baril—	
Canadian short cut (lb.) morceaux 30-40 . . . . .	60.00
Dos, clear fat (bbl.) morceaux 40-50 . . . . .	63.00
Porc, lourd (baril) . . . . .	51.00
Boeuf (plate) . . . . .	32.00
Boeuf (mess) . . . . .	32.00
Porc engraisé aux fèves . . . . .	48.00

## LA DEMANDE EST BONNE POUR LES VIANDES CUITES ET LES JAMBONS

Viandes cuites. — A des cotations qui montrent peu ou pas de changement sur la base de la semaine dernière, la demande est très satisfaisante pour les viandes cuites et les jambons rôtis en particulier. La facilité des tendances qui s'est manifestée depuis quelque temps, semble arrêtée pour le moment, la fermeté du marché des porcs étant un facteur dans cette condition.

Nous cotons:

Tête en fromage . . . . .	0.13½
Langue de boeuf en gelée, choix . . . . .	0.59
Langue de porc en gelée . . . . .	0.48
Jambon et langue, la lb. . . . .	0.30
Veau et langue . . . . .	0.23
Jambons, rôtis . . . . .	0.60
Jambons, cuits . . . . .	0.58
Epaules, rôties . . . . .	0.45
Epaules, bouillies . . . . .	0.44

Pâtés de porc (douz.) . . . . .	0.80
Boudin, la lb. . . . .	0.12
Mince meat, la lb. . . . .	0.15 0.19

## LE TON DU SAINDOUX EST PLUS FERME; IL SE VEND BIEN

Saindoux. — Le ton est décidément plus ferme cette semaine et, naturellement, on l'attribue à la fermeté manifeste des marchés des porcs. Les stocks sont suffisants, mais il y a une demande active et les consommateurs semblent préférer ce produit à certains des succédanés, un marchand de provisions en gros déclarant que le mouvement du saindoux chez lui indiquait clairement cela. On remarquera que le choix des cotations est plus grand et un peu plus élevé.

Nous cotons:

Saindoux, pur—	
Tierces, 400 lbs, la lb. . . . .	0.31 0.31½
Tinettes, 50 lbs, la lb. . . . .	0.31½ 0.32
Seaux, 20 lbs, la lb. . . . .	0.31½ 0.32
Morceaux, 1 lb., la lb. . . . .	0.33½ 0.34

## PAS DE HAUSSE, MAIS LA GRAISSE VEGETALE EST FERME

Graisse Végétale. — Le marché bien que sans changement de prix est plus ferme, et rien ne laisse prévoir des déclinis. Les ventes sont très satisfaisantes, mais comme la différence du prix entre le saindoux et cette commodité n'est pas considérable, les ventes sont moins considérables qu'elles ne le sont quand cette différence est plus grande.

Nous cotons:

Tierces, 400 lbs, la lb. . . . .	0.29
Tinettes, 50 lbs . . . . .	0.29½ 0.29½
Seaux, 20 lbs, la lb. . . . .	0.30 0.30½
Morceaux de 1 lb. la lb. . . . .	0.32

## RIEN D'INTERESSANT SUR LE MARCHE DE LA MARGARINE

Margarine: — La vente de la margarine sera plus considérable lorsque la température sera définitivement au froid. Actuellement, la vente est raisonnable, et l'on s'attend à ce que le produit soit en demande populaire sur ce marché. Les approvisionnements sont suffisants pour répondre aux besoins du commerce.

Margarine:

En moules, suivant la qualité, la lb. . . . .	0.35 0.39
En tinettes suivant la qualité, la lb. . . . .	0.31 0.34

## LE PRIX DU MEILLEUR BEURRE MONTE DE DEUX CENTS.

Beurre. — Avec la demande des points extérieurs plus vive, et avec des prix supérieurs même à ceux obtenus ici, le marché local a monté de



deux cents pour le beurre de crèmerie. Une grande quantité de beurre de crèmerie est expédié aux États-Unis et le ton est décidément fort. Les prix du gros mêmes ont monté de 1 7-8c. la lb. La concurrence parmi les acheteurs est vive. Les arrivages accusent une diminution et les perspectives tendent vers une autre avance.

Nous cotons les prix du gros:

Crèmerie pasteurisé . . .	0.61½	0.62
Le meilleur crèmerie . . .	0.60½	0.60½
Bon crèmerie . . . . .	0.59½	0.59½
Le meilleur de ferme . . .	0.53	0.54

#### LE FROMAGE VA-T-IL MONTER; LA CONCURRENCE ENTRE ACHETEURS EST VIVE

Fromage. — Il ne serait pas étonnant de voir monter le prix du fromage, car une vive concurrence entre les acheteurs a amené la hausse des prix pour les livraisons immédiates. La demande pour la consommation locale est, dit-on, très satisfaisante et les prix sont maintenus fermes sans changement.

No. 1, la lb. . . . .	0.25
No. 2, la lb. . . . .	0.24½
No. 3, la lb. . . . .	0.24

#### LES PRIX DES OEUFS SONT FERMES MAIS LES OEUFS FRAIS RARES.

Oeufs. — Le ton du marché est très fort, bien qu'il n'y ait pas de changement de prix à enregistrer. Les oeufs d'entreposage arrivent actuellement au consommateur en plus grande quantité, car les arrivages des oeufs strictement frais, naturellement, ont diminué et ce ne sera pas avant le mois de novembre qu'une livraison considérable de ces oeufs ne sera faite.

Oeufs strictement frais . . .	0.68	0.70
De choix . . . . .	0.62	0.63
No 1 . . . . .	0.56	0.59
No 2 . . . . .	0.52	0.54

#### LA DEMANDE UN PEU MEILLEURE POUR LES VOLAILLES DES FETES

Volailles. — Elle a été considérable, bien que pas excessive, la demande pour les volailles, les dindes et les volailles de choix étant au premier rang, bien que les oies et les canards se soient vendus activement. Les arrivages ont été raisonnables et les prix sont nominaux en un sens, la qualité du produit exigeant la sélection du stock par les producteurs lorsqu'il arrive.

Poulets, "broilers" . . . . .	0.20	0.23
Poulets . . . . .	0.20	0.25
Vilailles, grosses . . . . .	0.22	0.24
Volailles, petites . . . . .	0.15	0.18
Roasters . . . . .	0.15	0.17
Canetons . . . . .	0.17	0.22
Canards . . . . .	0.15	0.16
Oies . . . . .	0.15	0.20
Dindes . . . . .	0.35	

#### LA MORUE PLUS FACILE; UNE GROSSE SAISON EN PERSPECTIVE.

Poisson. — On rapporte un commer-

ce actif pour le poisson, et tout ce qu'il faut pour assurer le commerce d'une demande stable c'est une température plus froide. Un ton plus facile règne pour la morue ainsi que pour le haddock, les stocks de ces deux variétés de poisson étant plus lib-

#### Poisson frais

Carpe, la lb. . . . .	0.11	0.12
Doré . . . . .	0.20	
Anguilles, la lb. . . . .	0.12	
Bullheads (préparées) . . . . .	0.13	
Gaspéreaux, chacun . . . . .	0.08	
Haddies . . . . .	0.12	0.13
Filet de haddies . . . . .	0.20	
Haddock . . . . .	0.09	
Flétan, Est . . . . .	0.24	
Flétan, Ouest . . . . .	0.23	0.24
Morue, tranchée . . . . .	0.10	0.12
Morue pour le marché . . . . .	0.07	0.08
Carrelets . . . . .	0.08	0.10
Crevettes . . . . .	0.35	0.40
Homards vivants . . . . .	0.35	
Petit brochet (pike), la lb. . . . .	0.13	
Saumon (B.C.), la lb. . . . .		
rouge . . . . .	0.25	0.26
Saumon de Gaspé . . . . .	0.28	0.30
Truite des Lacs . . . . .	0.20	
Maquereau . . . . .	0.14	0.15
Poisson blanc . . . . .	0.17	0.18
Truite de russeaux . . . . .	0.38	0.40

#### Poisson fumé

Haddies, BXs, la lb. . . . .	0.12	0.13
Filets . . . . .	0.18	
Bloaters, la boîte . . . . .	2.00	
Kippers . . . . .	2.25	

#### L'ÉPICERIE.

Bien qu'il y ait eu un volume satisfaisant d'affaires au cours de la semaine, il n'y a pas de surplus d'achats, le commerce n'achetant que pour ses besoins immédiats. Il y a eu quelques avances de prix et l'item important sur la liste a été une hausse de 25c le quintal sur les sucres raffinés et mous de la St. Lawrence Refineries. Les autres raffineries n'ont pas changé encore leurs prix, mais le marché est très ferme. L'huile pour la cuisine, connue sous le nom de Mazola, a baissé de prix. Les cigarette et la poudre à pâte se vendent plus chères. Les houblons et la sauce à viande ont monté de prix tandis qu'une marque bien connue de lessive a baissé de prix. Des prix réduits sont également en vigueur sur quelques-unes des soupes de Clark. Des prix de la récolte nouvelle sont annoncés par un marchand de gros sur le blé d'Inde et les tomates et ces prix montrent une baisse. Les fèves sont fermes, avec les avoines plus chères. Les fruits secs sont plus faciles sur les marchés extérieurs. Les riz sont stables et très fermes. Les sirops de canne sont montés de 25c le quintal en barils et en demi-barils seulement. Le ton du marché de la mélasse est beaucoup plus fort et une avance pourrait venir en force. Les thés et les cafés sont forts, et une marque de cacao et de chocolat a monté de prix. On s'attend

bientôt à une baisse des prix de l'avoine roulée. Les grains grossiers sont plus faibles et leurs prix a baissé.

#### L'HUILE POUR LA CUISINE A BAISSÉ.

Huile pour la Cuisine. — Les prix de l'huile Mazola pour la cuisine ont été réduits et les cotations suivantes sont actuellement en vigueur: Caisses de 6-1's, la caisse, \$19; caisses de 2-5's, la caisse, \$26; caisse, 12 pintes, \$10.50 et caisses, 24 pintes, \$11. Cette réduction est due au déclin des marchés du blé d'Inde.

#### LE PRIX D'UNE MARQUE DE SOUPE BAISSÉ

Soupes. — Des prix réduits sont en vigueur pour plusieurs variétés de soupes en boîtes de W. Clark, Limited. La base nouvelle pour les soupes au vermicelle et aux tomates, aux légumes, au céleri, consommé, pois vert, julienne, bouillon de mouton, queue de boeuf, bouillon écossais, mulligataway et tête de veau, à la tortue, est de \$1.25 la douzaine. La soupe au spaghetti est cotée à \$1.40 la douzaine, c'est-à-dire pour les moitiés, et \$1.90 pour les entières, tandis que le prix de la soupe aux tomates est de \$1.45.

#### LE PRIX DES CIGARETTES ET DE LA POUDRE A PÂTE A MONTE.

Cigarettes, Poudre à Pâte. — Les prix des cigarettes de marques de cigarettes ont monté de \$6.30 à \$7.20 la boîte de 600. Les Sweet Caporal, en boîtes de 500 ont monté de \$6.15 à \$7.00.

La poudre à pâte Cook's Friend se vend plus chère. Les nouveaux prix sont les suivants: 1 lb. carrées, la douzaine, \$3.45; 1 lb., rondes, \$3.35; ½ lb., \$2.00 et ¼ lb. \$1.35.

#### LA SAUCE ET LES HOUBLONS ONT MONTE; LA LESSIVE A BAISSÉ

Houblons, Sauce, Lessive. — Des avances sont en vigueur sur les houblons pressés une hausse de 7c la lb. à 52-53c la lb. étant annoncée.

La sauce tobasco de McLlhenry qui se vendait \$3.80 se vend à présent à \$4. La lessive pure Babbitt a été réduite de 35c la caisse à \$5.00.

#### UNE RAFFINERIE MONTE SON SUCRE RAFFINE DE 25c.

Sucre. — L'intérêt de la semaine est une hausse de 25c le quintal pour le produit de la St. Lawrence Sugar Refineries. Cette hausse est due, disent les raffineurs, au coût plus élevé du transport, de la main-d'oeuvre et autres frais d'opération.

Depuis la semaine dernière, l'amélioration a été, apparemment, peu considérable en ce qui regarde les stocks.



La livraison du sucre brut a été maintenue sur une base stable et encore la demande de la part du commerce de toutes les parties du pays n'a pas cessé et elle est encore forte. Un raffineur dit qu'il n'a jamais vu une telle course sur le sucre raffiné. La demande augmente au-delà des attentes et les tendances sont très fermes.

**Nous cotons:**

	Les 100 livres	
Atlantic, extra granulé . . . . .	11.00	
Acadia, extra granulé . . . . .	11.00	
St. Lawrence, extra granulé . . . . .	11.25	
Canada, extra granulé . . . . .	11.00	
Dominion cristal granulé . . . . .	11.00	
Glacé, barils . . . . .	11.00	
Glacé, (boîtes de 25 liv.) . . . . .	11.20	
Glacé, (boîtes de 50 liv.) . . . . .	11.60	
Glacé, 1 livre . . . . .	12.80	
Jaune No 1 . . . . .	10.60	
Jaune No 2 or . . . . .	10.25	10.50
Jaune No 3 . . . . .	10.15	10.40
Jaune No 4 . . . . .	10.10	
En poudre, barils . . . . .	11.00	
En poudre, 50s . . . . .	11.00	
En poudre, 25s . . . . .	11.30	
Cubes et déc. 100 lbs . . . . .	11.45	
Cubes, boîtes de 50 lbs . . . . .	11.55	
Cubes, boîtes de 25 lbs . . . . .	11.65	
Cubes, paq. de 2 lbs . . . . .	11.85	
En morceaux Paris, barils . . . . .	11.60	
" " 100 lbs . . . . .	11.70	
" " boîtes 50 lbs . . . . .	11.80	
" " boîtes 25 lbs . . . . .	12.00	
" " cartons 5 lbs . . . . .	11.70	
" " cartons 2 lbs . . . . .	13.50	
Crystal Diamond, barils . . . . .	12.75	
" " boîtes 100 lbs . . . . .	11.70	
" " boîtes 50 lbs . . . . .	11.80	
" " boîtes 25 lbs . . . . .	12.00	
Demerara, pâle, la lb. . . . .	0.10	

**LA BASE DES PRIX DE LA NOUVELLE RECOLTE DU BLE-D'IN-DE ET DES TOMATES.**

Conserves. — Pour les tomates de la nouvelle récolte, dimension No. 2½, le prix est fixé à \$1.85, \$1.90 la douzaine. Le blé-d'Inde de la nouvelle récolte est sur la base de \$1.65 à \$1.70 pour les variétés ordinaires. D'autres prix s'appliquent aux variétés spéciales. Actuellement, il y a un bon mouvement des emballages nouveaux et les stocks devraient être suffisants pour répondre aux besoins du commerce.

**CONSERVES DE FRUITS**

**Nous cotons:**

Pommes, 2½s. doz. . . . .	1.40	1.65
Pommes, 3s., doz. . . . .	1.80	1.95
Pommes, gall., doz. . . . .	5.25	
Blueberries, 2s . . . . .	2.25	2.40
Groseilles, noires, 2s. doz. . . . .	4.65	
" gallon, doz. . . . .	16.00	
Cerises rouges, sans noyau, sirop épais, la douz. . . . .	4.50	
Cerises blanches, sans noyau . . . . .	4.40	4.50
Gooseberries, 2s doz. . . . .	4.65	
Gooseberries, 2s. (seaux) 2.77½ . . . . .	2.80	
Pêches, 20 onces, doz. . . . .		
Pêches, No 2 . . . . .	3.00	3.75
Pêches, 2½ (sirop clair) . . . . .	4.00	4.75
Poires, 2s . . . . .	3.25	
Poires, 2½s . . . . .	3.25	
Poires, 2s (sirop clair) . . . . .	1.90	
Annanas (gratté et tranché) 2s. . . . .	3.60	
Boîtes plates, 1 lb., douz. . . . .	1.90	

Boîtes rondes, 2 lbs, douz. . . . .	2.30	
Boîtes, 2½s . . . . .	4.00	4.50
Pruneaux Lombardie . . . . .	2.00	2.20
Prunes, Reines-Claudes, vertes, 2s. . . . .	2.45	
" Reines-Claudes (sirop clair) 2s . . . . .	2.00	
Framboises, 2s . . . . .	4.70	
Framboises, 2½s . . . . .		
Fraises, 2s . . . . .	4.65	

**LEGUMES**

Asperges (américaines vertes), doz. 2½s . . . . .	4.50	4.85
Asperges importées, 2½s. . . . .	4.85	5.25
Asperges (pointes) canadiennes . . . . .	5.50	6.00
Fèves, Golden Wax . . . . .	1.85	2.10
Fèves, Refuge . . . . .	1.85	2.10
Blé-d'Inde (2s) . . . . .	2.10	2.35
Betteraves, 2 lbs . . . . .	1.00	
Carottes (tranchées), 2s. . . . .	1.45	1.75
Blé-d'Inde (en épis) gal. . . . .	7.00	7.50
Epinards, 3s. . . . .	2.85	
Epinards, Can. (2s) . . . . .	1.80	
Epinards Californie, 2s . . . . .	3.15	3.50
Tomates, 1s. . . . .	0.95	1.00
Tomates, 2s. . . . .	1.50	
Tomates, 2½s. . . . .	1.85	1.90
Tomates, 3s . . . . .	2.15	
Tomates, gallons . . . . .	6.00	7.02½
Citrouille, 2½s. (douz.) . . . . .	1.10	
Citrouille, gallon (douz.) . . . . .	3.25	
Pois, standards . . . . .	1.85	1.90
Pois, early June . . . . .	1.92½	1.97½
Pois, très fins, 20 oz. . . . .	3.00	
Pois, 2s., 20 oz. . . . .	1.57½	
Pommes de terre, Can. sucrées, boîtes 2 liv. . . . .	2.75	
Olives (en barils, 49 gallons à vin) gall. . . . .	1.35	

**POISSON**

Saumon:		
Chums, boîtes de 1 lb., hautes . . . . .	2.00	
Chums, boîtes de ½s., plates . . . . .	1.20	
Sockeye, 48, 1s douz. . . . .	4.75	
Sockeye, 96, ½s douz. . . . .	2.50	
Boîtes hautes de 1 lb. caisses de 4 dz. la dz. . . . .	4.50	4.80
Pinks, 1 lb., plates . . . . .	2.25	
Pinks, 1 lb., hautes . . . . .	2.60	
Pinks, ½ lb., douz. . . . .	1.37½	
Pale, 1 lb., douz. . . . .	2.37½	
Pinks, ½ lb., douz. . . . .	1.50	
Cohoes, 1 lb., hautes . . . . .	3.50	
Cohoes, 1 lb., hautes . . . . .	3.75	
Cohoes, ½ lb., plates . . . . .	1.90	
Red Springs, 1 lb., hautes . . . . .	4.00	4.60
Red Springs, ½ lb. . . . .	4.00	
White Springs (1s) . . . . .	2.40	
Saumon Gaspé, marque Niobé (caisses de 4 dz.) la douz. . . . .	2.25	
Saumon Labrador, 1 lb., plates . . . . .	3.60	
Saumon Alaska, rouge, 1 lb. . . . .	4.25	4.50
Pilchards, 1 lb., hautes . . . . .	1.90	2.00
Steak de baleine, 1 lb., plates . . . . .	1.90	
Hareng, importé, sauce aux tomates . . . . .	3.25	
Hareng, kippered . . . . .	2.85	2.90
Harengs, kippers, douz. (caisse de 4 douz.) . . . . .	2.35	
Harengs (sauce aux tomates) douz. . . . .	1.85	
Haddies (lunch), ½ lb. . . . .	1.00	
Haddies, chicken, (4 dz. à la caisse) douz. . . . .	2.25	2.35
Sardines canadiennes (en caisse) . . . . .	6.25	6.75
Sardines norvégiennes, la caisse de 100 (¼s) . . . . .	24.00	25.00
Sardines canadiennes (suivant la qualité), la caisse . . . . .	6.25	17.50

Sardines françaises . . . . .	32.00	34.00
Viande de crabe japonaise, douz. . . . .	6.50	
Clams (rivière), 1 lb., la douz. . . . .	1.90	

**LES FEVES DE QUEBEC BONNES; DE LA PLACE POUR UN GROS COMMERCE**

Fèves, Pois. — On dit que bien que la récolte des fèves de Québec soit beaucoup moins considérable au point de vue du tonnage que celle de l'année dernier, la qualité est bien meilleure. Quelques échantillons qui ont été reçus sont de beaucoup supérieurs à ceux soumis depuis longtemps et ces fèves se vendront à de bons prix et facilement. Les conditions générales du marché sont fermes, mais le commerce est encore limité aux besoins immédiats.

Le prix des pois fendus a monté dans un quartier de 50c les 98 lbs, le prix actuel étant entre \$7 et \$7.25.

**LES AVELINES PLUS CHERES ; LES CHATAIGNES CANADIENNES A 20c.**

Noix. — Des prix plus élevés sont demandés dans un quartier pour les avelines de Naples. Le mouvement des noix n'est pas très lourd, mais il y a peu de probabilité à présent de prix plus bas sur des lignes importées des marchés européens. Il est probable qu'il peut y avoir un marché plus facile pour les peanuts plus tard, mais cela dépendra beaucoup de développements plus tard et surtout des besoins d'achats des producteurs d'huile.

Les chataignes canadiennes sont actuellement sur le marché et elles sont cotées au commerce à 20c la lb.

**Nous cotons:**

Amandes Tarragone, la lb. . . . .	0.28	0.32
Amandes (écalées) . . . . .		0.62
Amandes (Jordan) . . . . .		0.75
Noix du Brésil, (nouvelles) . . . . .	0.26	
Noix du Brésil (med.) . . . . .	0.15	0.17
Chataignes (canadiennes) . . . . .	0.20	
Avelines (Sicile), la lb. . . . .	0.28	0.30
Avelines Barcelone . . . . .	0.25	0.26
Noix Hickory (grosses et petites) . . . . .	0.10	0.15
Pecans (New Jumbo) la lb. . . . .	0.40	
Peanuts (rôties) —		
Jumbo . . . . .	0.23	0.25
Fancy . . . . .	0.15	0.17
Extras . . . . .	0.12	0.14
Salées espagnoles, la lb. . . . .	0.29	0.30
Ecalées No 1, Espagnoles . . . . .	0.25	0.26
Ecalées No 1 . . . . .	0.16½	0.18
Ecalées No 2 . . . . .	0.14	
Peanuts (salées) —		
Fancy entières, la lb. . . . .	0.38	
Fancy cassées, la lb. . . . .	0.33	
Pecans (nouvelles Jumbo) la lb. . . . .	0.32	0.35
Pecans, grosses, No 2, petites . . . . .	0.32	0.35
Pecans, Nouvelle-Orléans, No 2 . . . . .	0.21	0.24
Pecans, "Paper shell", très grosses Jumbo . . . . .	0.60	
Noix (Grenoble) . . . . .	0.29	0.35
Noix (Nouvelles de Naples) . . . . .	0.23	0.25

Noix (écalées) . . . . . 0.90  
 Noix (espagnoles) . . . . . 0.30 0.33

**LES POMMES TAPÉES PEUVENT  
 BAISSER; LES FRUITS  
 SECS STABLES.**

Fruits secs. — Les marchés locaux sont peu intéressants actuellement et une condition plutôt tranquille existe. avec tendances vers la baisse que l'on remarque actuellement sur les marchés des Etats-Unis, il est très probable que les pommes tapées seront plus faciles ici dans un avenir immédiat. Les fruits de la nouvelle récolte devraient bientôt arriver sur ce marché.

**Nous cotons:**

**Abricots—**

Choix . . . . . 0.28  
 Slabs . . . . . 0.26  
 Fancy . . . . . 0.32  
 Pommes (évanouées) . . . . . 0.25 0.25½  
 Pêches (fancy) . . . . . 0.26  
 Faced . . . . . 0.19 0.20  
 Choix . . . . . 0.20 0.24  
 Grand choix . . . . . 0.21 0.24  
 12 onces par paquet . . . . . 0.16 0.18  
 Poires . . . . . 0.26  
 Pelures (anciennes)—  
 Citron . . . . . 0.45  
 Orange . . . . . 0.43 0.44  
 Lemon . . . . . 0.36

**Raisins—**

En vrac, boîtes de 25 lbs, la lb. . . . . 0.18 0.23  
 Muscatels, 2 couronnes . . . . . 0.16  
 Muscatels, loose, 3 couronnes, la lb. . . . . 0.18  
 Muscatels, 1 couronne, la lb. . . . . 0.14  
 Epepiné de choix, 12 onces . . . . . 0.14  
 Epepiné fancy, paquets de 16 onces . . . . . 0.23  
 Epepiné de choix, paquets de 15 onces . . . . . 0.16 0.18  
 Sans pepins, paquet de 11 onces . . . . . 0.13½ 0.14  
 Sans pepins, paquet de 15 onces . . . . . 0.23  
 Sans pepins (fancy) . . . . . 0.18  
 Sans pepins (fancy) . . . . . 0.17  
 Valence, choisi . . . . . 0.11½  
 Valence, 4 couronnes, par couches . . . . . 0.11½  
 Sultanas (bleached), boîtes de 50 lbs . . . . . 0.16 0.20  
 Corinthe, anc. empq., 15 onces . . . . . 0.27½ 0.28  
 Corinthe (grec) en vrac. . . . . 0.18  
 12 onces . . . . . 0.16½  
 Boîtes de 50 lbs, loose . . . . . 0.20 0.23  
 Paquets de 15 onces . . . . . 0.20½ 0.23  
 Paqts. 8 onces (20 paqts). . . . . 2.00 2.60  
 Paqts. 6 onces (50 paqts). . . . . 3.60 4.75  
 Paqts. 4 onces (70 paqts). . . . . 3.70 5.00  
 Ainslia, 80 lbs. . . . . 0.28  
 12 onces . . . . . 0.26  
 12 onces, nouveau . . . . . 0.32  
 Corinthe de Calif. (loose). . . . . 0.18 0.22  
 "Currants", Calif., paqt. de 15 onces . . . . . 0.20 0.22  
 Dattes Excelsior, la caisse (36-10s.) . . . . . 6.25  
 Dattes Dromadaires (36-10s) . . . . . 7.25  
 Paquets seulement, Excelsior . . . . . 0.19 0.20  
 Paquets seulement, Excelsior . . . . . 0.19 0.20  
 Dattes Dromadaire . . . . . 0.22  
 Figues (couche), boîtes de 10 lbs. . . . . 2.60 3.00

Figues blanches (boîtes de 70, 4 onces) . . . . . 5.40  
 Figues (boîtes de 28, 8 onces) . . . . . 3.50  
 Figues (boîtes de 12, 10 onces) . . . . . 2.20  
 Figues (pour cuire), boîtes de 50 lbs, la lb. . . . . 0.14  
 Pruneaux—  
 Californie (boîtes de 25 lbs):  
 30-40s . . . . . 0.32 0.35  
 40-50s . . . . . 0.30  
 50-60s . . . . . 0.25  
 60-70s . . . . . 0.22 0.25  
 70-80s (boîte de 25 lbs) . . . . . 0.20 0.22  
 80-90s . . . . . 0.17 0.19  
 90-100s . . . . . 0.16 0.17  
 100-120s . . . . . 0.14  
 Pelures—  
 Orange . . . . . 0.45  
 Limon . . . . . 0.42  
 Citron . . . . . 0.62  
 Mélangé, cartons ½ lb., douz. . . . . 2.75

**LE SIROP SE MEUT LENTEMENT  
 ET LE MIEL SE VEND BIEN.**

Produits de l'érable, Miel. — L'on ne peut se procurer que très peu d'informations touchant les produits de l'érable et les affaires qui sont faites le sont à des prix élevés au vendeur. On peut encore se procurer des stocks pour ceux qui consentent à payer le prix demandé. On peut avoir du miel dans n'importe quelle quantité désirée, et il n'y a pas de doute que les prix pourraient être réduits par suite des stocks disponibles.

**Nous cotons:**

Sirop d'érable—  
 Boîtes de 13½ lbs (chacune) . . . . .  
 Boîtes 10 livres, 6 à la caisse, la caisse . . . . . 16.70  
 5 gall. (imperial) crated . . . . . 16.60  
 Sucre d'érable (nominal) petits lots, caisses de 25 lbs net, caisse . . . . . 7.00  
 En caisse de six, morceaux de 5 lbs, caisse . . . . . 9.60  
 Miel clover:—  
 Comb (fancy) . . . . . 0.30  
 Comb (No 1) . . . . . 0.26  
 En boîtes, 60 livres . . . . . 0.24  
 En seaux, 30 livres . . . . . 0.25  
 En seaux, 10 livres . . . . . 0.26  
 En seaux, 5 livres . . . . . 0.25  
 Miel Buckwheat — boîtes ou barils . . . . . 0.18

**PAS DE DECLINS SUR LES EPICES  
 ET LE COMMERCE EST BON.**

Epices. — Il y a des ventes actives sur toutes les variétés d'épices et les importateurs sont très satisfaits de leurs affaires de semaine en semaine. Par suite de la forte demande sur tout le continent, et avec des stocks qui ne sont beaucoup regarnis par de nouveaux arrivages, presque toutes les variétés sont fermes.  
 Allépice . . . . . 0.20 0.22  
 Cardamome . . . . . 0.32 0.35  
 Cannelle . . . . .  
 Bonleau . . . . . 0.35  
 Clous . . . . . 0.35 0.40  
 Clous . . . . . 0.60 0.70  
 Crème de tartre (française, pure) . . . . . 0.80  
 Américaine (high test) . . . . . 0.85  
 Gingembre . . . . . 0.29

Gingembre (Cochin ou Jamaïque) . . . . . 0.31  
 Macis . . . . . 1.00  
 Epices mélangées . . . . . 0.30 0.32  
 Muscade, entières . . . . . 0.60 0.70  
 Muscade, moulue . . . . . 0.65  
 Poivre noir . . . . . 0.38 0.40  
 Poivre blanc . . . . . 0.50 0.55  
 Poivre (Cayenne) . . . . . 0.35 0.37  
 Epices à marinades . . . . . 0.25 0.27  
 Paprika . . . . . 0.65 0.70  
 Turmeric . . . . . 0.28 0.30  
 Acide tartarique, la lb. (en cristaux ou en poudre) . . . . . 1.00 1.10  
 Graine de cardemome, la lb., en vrac . . . . . 2.00  
 Carvi (carraway) holl. nominal . . . . . 0.30 0.35  
 Cannelle, Chine, la lb. . . . . 0.30  
 Cannelle, la lb. . . . . 0.35  
 Graine de moutarde, en vrac . . . . . 0.35 0.40  
 Graine de céleri, en vrac (nominal) . . . . . 0.75 0.80  
 Noix de coco filamenteuse, en seaux . . . . . 0.21 0.28  
 Piments entiers . . . . . 0.20 0.22

**LA FARINE POURRAIT SE VENDRE EN PLUS GRANDE QUANTITE; LE MARCHE EST FERME.**

Farine. — Les ventes domestiques de farine sont encore plutôt limitées et les minoteries pourraient faire un plus gros volume d'affaires. Le commerce d'exportation qu'ils viennent de faire les a aidés et ils espèrent qu'ils auront encore de ces commandes à livrer. Le marché est très ferme pour les farines de blé du printemps — de fait, certains s'attendent à un affermissement, bien que les farines ordinaires soient stables et sans changement.

**Nous cotons:**

Chars straight ou mixtes, 50,000 lbs, sur la voie, le baril, en (2) sacs de juste, 98 lbs . . . . . 11.00  
 La lb. en (2) sacs de coton, 98 lbs . . . . . 11.15  
 Petits lots, le baril (2) sacs de juste, 98 lbs . . . . . 11.30  
 Farine de blé d'hiver (baril) . . . . . 10.75

**PAS DE CHANGEMENT POUR LE FOIN; LES GRAINS PLUS FAIBLES.**

Foin et Grain. — Aucun changement à enregistrer sur le marché du foin et le mouvement n'est pas considérable. Les prix sont maintenus sans changement

Les tendances ont été plus faciles pour les grains et les avoines, en sympathie ou plutôt à la suite du déclin de 1/2c le minot sur le blé d'Inde. Le Marché de l'orge est aussi quelque peu plus facile.

Foin, paille, grain (prix du gros, par lots de chars):

Foin:  
 Bon, No 1, tonne de 2,000 lbs \$23.00  
 Bon, No 2 . . . . . 22.00  
 Bon, No 3 . . . . . 20.00  
 Paille . . . . . 11.00  
 Avoine:  
 No 2 C.W. (34 lbs) . . . . . 0.94½

No 3 C.W. . . . .	0.93½
Extra Feed . . . . .	0.93½
No 1 Feed . . . . .	0.92½
No 2 Feed . . . . .	0.90½

Orge:

No 3 Extra, Ontario . . . . .	1.45
No 3 . . . . .	1.44
No 4 C.W. . . . .	1.42

Note — Ces prix sont à l'élevateur et ne comprennent pas le coût des sacs.

**SIROP DE CANNE PLUS CHER; LES MELASSES PEUVENT MONTER**

Melasses et Sirops. — Une avance a été enregistrée sur les sirops de canne et cette hausse s'applique au prix de la marque St. Lawrence en barils et en demi barils. Cette avance est de 25c le quintal dans chaque cas, et elle coïncide avec la hausse des sucres raffinés. Les marchés de la mélasse sont décidément forts. Comme question de fait il est entendu qu'une sérieuse considération de la base a déjà été commencée, avec la probabilité qu'une avance se produira dans un avenir rapproché. Le marché du sirop de maïs n'est pas encore changé mais les prix du maïs sont très faciles à Chicago.

**MELASSES ET SIROPS**

Sirop de blé-d'Inde:—

Barils, environ 700 livres . . . . .	0.08½
½ baril . . . . .	0.08½
Kegs . . . . .	0.08½
Boîtes de 2 livres, caisse 2 doz., la caisse . . . . .	5.45
Boîtes de 5 livres, caisse 1 doz., la caisse . . . . .	6.05
Boîtes de 10 livres, caisse ½ doz. la caisse . . . . .	5.75
Boîtes de 20 livres, caisse ½ doz. la caisse . . . . .	5.70
2 galls, seau 25 liv., chaque . . . . .	2.60
3 galls., seau 38½ liv., chaque . . . . .	3.85
5 galls., seau 65 liv., chaque . . . . .	6.25

Sirop de blé-d'Inde blanc:

Boîtes de 2 livres, 2 doz. à la caisse . . . . .	5.95
Boîtes de 5 livres, 1 doz. à la caisse, la caisse . . . . .	6.55
Boîtes de 10 livres, ½ doz. à la caisse, la caisse . . . . .	6.25
Boîtes de 20 livres, ¼ doz. à la caisse, la caisse . . . . .	6.20

Sirop de canne (crystal Diamond):

Boîtes 2 livres, 2 doz., à la caisse . . . . .	7.50
½ barils, les 100 livres . . . . .	10.25
Barils, les 100 livres . . . . .	10.00
Glucose, cans 5 livres (caisse). . . . .	4.80

Mélasse de la Barbade — Prix pour l'île de Montréal—

Puncheons . . . . .	0.98	1.03
Barils . . . . .	1.01	1.06
½ barils . . . . .	1.03	1.08

Mélasses Antigoa—

Puncheons . . . . .	0.98	1.00	1.03	1.05
Barils . . . . .	1.03	1.05	1.08	1.10
Demi-barils . . . . .	1.03	1.05	1.08	1.10

**VENTES PAR HUISSIER**

NOTA — Dans la liste ci-dessous les noms qui viennent en premier lieu sont ceux des demandeurs, les suivants, ceux des défendeurs; le jour, l'heure et le lieu de la vente sont mentionnés ensuite et le nom de l'huissier arrive en dernier lieu.

- Cyprien Parent vs A. Richer, 27 octobre, 11 a.m., 840 Ontario, Maison-neuve, Normandin.
- S. Croysdill vs J. E. H. Lachapelle, 28 octobre, 11 a.m., 1220 Ethel, Proulx.
- F. Feldman vs Mme Bonneville et al., 27 octobre, 10 a.m., 1183 de Lorimier, Lauzon.
- Thos. A. Kollinwake vs Harry W. Spencer, 27 octobre, 10 a.m., 369 St-Jacques, Marson.
- Ed. Toupin vs Donat Beaudin, 30 octobre, 2 p.m., 381 Aylwin, Lapierre.
- J. A. E. Dion vs F. Corbeil et al., 30 octobre, 11 a.m., Côte St-Michel, Lafrance.
- P. Roy vs J. E. Rowan, 27 octobre, 10 a.m., 177 avenue du Parc, DeCelles.
- J. T. Décarie vs Alf. Décarie, 31 octobre, 10 a.m., 540 Boul. Décarie, De Celles.
- Armand Mongeau vs E. Bélair, 28 octobre, 11 a.m., 49 St-Charles, Bouchard.
- D. Vandandaigne vs Ed. Labelle, 28 octobre, 11 a.m., 958 Mentana, Bouchard.
- E. Pilon vs F. H. Emond, 30 octobre, 10 a.m., 39 ruelle Leroux, Bouchard.
- D. Wolofsky vs P. Hamelin, 27 octobre, 6308 Notre-Dame, Brossard.
- E. Pageau vs Alph. Gladius, 27 octobre, 1 p.m., 61 Rouville, Brossard.
- J. L. Gauthier vs A. Paquette, 29 octobre, 10 a.m., 2898a St-Dominique, Lapierre.
- Guertin Printing Co. vs J. A. Hardy & Co., 30 octobre, 1 p.m., 671 Querbes, Coutu.
- Rex vs D. Raymond, 30 octobre, 10 a.m., 3267 Bordeaux, Coutu.
- J. Lamothe et al. vs Mme A. Brisebois et vir., 29 octobre, 10 a.m., 391, 6ème Avenue, Rosemont, Dockstader.
- Thos. A. Morgan vs R. A. Brossard, 27 octobre, 1 p.m., 54 Notre-Dame Est, chambre 59, Lauzon.
- Dr E. J. Castonguay vs J. R. Jubinville, 27 octobre, 10 a.m., 613 Lasalle, Lauzon.
- Nap. Gagné vs Alph. Laplante, 30 octobre, 10 a.m., 19 6ème Avenue, Lachine, Brossard.
- F. Sévigny vs J. R. Paquin, 29 octobre, 11 a.m., 129 Hogan, Bienjonnéti.
- A. Robidoux vs T. Saldisky, 24 octobre, 169 Ontario, Maisonneuve, Duplessis.
- Z. Sherman vs L. Litnin, 27 octobre, 11 a.m., 44 Marché Bonsecours, Desroches.
- Z. Sherman vs L. Litnin, 27 octobre, 11 a.m., 49 Suzanne, Desroches.
- G. McEwan vs A. Bansant, 27 octobre, 10 a.m., 3027 Waverly, Desroches.
- Mendel Segall vs N. Kaufman, 27 octobre, 2 p.m., 1447 Garnier, Proulx.
- S. Croysdill vs W. G. Peck, 27 octobre, 11 a.m., 475 Stadacona, Proulx.
- H. Lamoureux vs V. Vinosky, 25 octobre, 2 p.m., 1175 St-Urbain, Lafontaine.
- L. Brecher vs Wm. Chan, 28 octobre, 11 a.m., 1123 St-Laurent, Lauzon.
- S. Singer vs J. Berryman, 27 octobre, 10 a.m., 73 Centre, Lauzon.

**LA CONSTRUCTION—(suite)**

**TROIS-RIVIERES**

3 logements de \$7,500, 380 rue Ste-Angèle, pour Victor Gagnon. Le travail sera fait sous la surveillance du propriétaire. La quincaillerie n'est pas encore achetée. Le propriétaire vendra ces logements.

Résidences pour la Three Rivers Housing Co., Ltd. Fidei-commis: Laurin & Morrissette, 5 rue St-Alexandre. La compagnie s'est adressée à la ville pour un emprunt de \$1,000,000.

Manufacture pour la Lava Cement & Clay Products Co. Le travail de construction doit commencer dans un avenir très rapproché.

Résidence de \$4,000, 60 rue Ste-Marguerite, pour Art. Francoeur, 60 rue Ste-Marguerite.

Logements de \$6,000, sur la rue Ste-Cécile, pour Edmond Gauthier. Le travail sera fait à la journée, sous la surveillance de Chas. Ed. Dufresne. La brique, les fournaises, la plomberie, les garnitures intérieures et la quincaillerie ne sont pas encore achetés.

2 logements de \$7,500, sur la rue Ste-Cécile, près de la rue St-Maurice, pour Philippe Lanouette. Le travail sera fait sous la surveillance de Chas. Ed. Dufresne, contremaitre. La brique, la toiture, les fournaises, la plomberie, les garnitures intérieures et la quincaillerie ne sont pas encore achetés.

**AVIS DE DEMANDE DE DIVORCE**

Avis est par les présentes donné que James Goddard, des cité et district de Montréal, dans la province de Québec, soldat de retour du front, s'adressera au Parlement du Canada, à sa prochaine session, afin d'obtenir un bill de divorce d'avec son épouse, Lilian Frances Goddard, pour cause d'adultère.

JAMES GODDARD.

Daté à Montréal,  
le 10 octobre,  
A. D. 1919.



**UNE SESSION**

**DE LA COUR DU BANC DU ROI**

ayant juridiction criminelle dans et pour le district de Montréal, se tiendra au Palais de Justice, en la cité de Montréal, le

**LUNDI, troisième jour de NOVEMBRE prochain, à DIX HEURES du matin.**

En conséquence, je donne avis public à tous ceux qui auront à poursuivre aucune personne maintenant détenue dans la prison commune de ce district et à toutes les autres personnes qu'elles y soient présentes.

Je donne avis aussi à tous les juges de paix, coroners et officiers de la paix, pour le district susdit, qu'ils aient à s'y trouver avec tous les records.

Le député-shérif,  
**EUGENE GOUIN.**

Bureau du shérif,  
Montréal, 14 octobre, 1919.





Usine à sel Windsor, Ont.

**Windsor**  
Table  
Salt  
Made in Canada

--- Supérieur à tous les autres en qualité.

--- Surpasse tous les autres en publicité habile qui aide l'épici-er à faire plus de ventes.

**The Canadian Salt Co., Limited**

57

57

**LE SERVICE DE PUBLICITE DE HEINZ**

Donne de bons résultats au marchand progressif qui tient à se faire une réputation. Activez la vente des 57 variétés de Heinz à l'aide de nos pancartes d'annonces et de nos étalages;— faites savoir à vos clients, que vous vendez des produits de qualité. Gagnez la confiance de votre clientèle et augmentez le nombre de vos clients satisfaits.

**H. J. Heinz Company**

Tous les produits Heinz vendus au Canada sont préparés au Canada.

57

57

Exigez cette  
Marque



Pour avoir ce qu'il y a de mieux en fait de

Saucisses au porc frais  
Frankfurt

Jambon Pressé

Saucissons de Boulogne

Saucissons Spéciaux

Régulier et à l'ail

**COTE & LAPOINTE**  
Enr.

287 rue Adam, MAISONNEUVE

Volaille Vivante, Oeufs Frais  
Pondus et Plume  
Demandés par  
**P. POULIN & CIE**  
MARCHÉ BONSECOURS, Montréal  
Remises Promptes.  
Pas de Commissions.  
Demandez les prix par lettre.

**HOTEL VICTORIA**  
QUEBEC  
H. FONTAINE, Propriétaire  
COTE DU PALAIS  
Plan Américain, \$3.00, \$3.50 et  
\$4.00 par jour.

**Arthur Brodeur,**  
MANUFACTURIER  
D'EAUX GAZEUSES

Spécialités:

Iron Brew	Cidre Champagne
Ginger Ale	Cidre de Pomme
Cream Soda	Eau Minérale
Lemon Sour	Fraise
Cherry Cream	Orange
Champagne Kola	Siphon, Etc.

35 rue Frontenac, TELEPHONE  
LASALLE 256

Les  
Farines Préparées  
et  
l'Avoine roulée "Perfection"  
de  
**BRODIE**  
sont toujours en demande, et vous devriez les placer bien en vue dans votre magasin.  
**BRODIE & HARVIE, Limited**  
Montréal. Téléphone. Main 436

Téléphone Bell 491.  
J. A. Trudel J. E. Guillet  
**TRUDEL & GUILLET**  
NOTAIRES  
Argent à prêter, Règlements de faillite et de successions, Examens de titres, Difficultés commerciales, Collections, etc.  
Bureau - - - 36 rue Alexandre  
**TROIS-RIVIERES**





**CONFITURES aux**  
**FRAISES,**  
**FRAMBOISES,**  
**PECHES,**  
**PRUNES,**  
**GROSEILLES,**

**GELEE DE GADELLES ROUGES**

**CATSUPS**

**SIROP D'ERABLE,**

**SIROP DE TABLE,**

Tous des produits faits des meilleurs ingrédients et leur pureté absolue est une garantie de satisfaction pour votre clientèle. Nos prix sont raisonnables et ils laissent au marchand qui tient nos lignes en magasin un superbe profit.

Si vous ne connaissez pas encore nos produits de qualité supérieure, écrivez-nous et vous recevrez des renseignements complets par le retour du courrier.

**Old City Manufacturing Co., Reg'd**  
**Québec, Qué.**

Lorsque  
vous êtes très  
occupée un samedi  
soir, de quoi aimeriez-  
vous plutôt faire usage:  
D'une explication ou de  
Gold Dust?



FAIT AU CANADA

THE N.K. FAIRBANK COMPANY  
LIMITED MONTREAL

Laissez faire votre ouvrage  
par les Jumeaux GOLD DUST.



## Nos Biscuits font plus que de donner une satisfaction ordinaire

Nous voulons dire par là que nous nous efforçons dans nos procédés de manufacture, non pas de produire un article d'une qualité assez bonne pour la vente, mais de produire un article qui donne une satisfaction maximum pour la valeur reçue.

Depuis plus de trente-cinq ans nous faisons affaires dans la Province du Québec, et nous nous sommes acquis une réputation qui vous permet d'offrir nos Biscuits Soda en toute confiance, sachant parfaitement qu'ils répondront aux besoins de vos clients et que vous n'aurez jamais de plainte à leur sujet.

Nos voyageurs sillonnent la Province en tous sens, porteurs de nos échantillons. Ils sont à votre disposition pour vous donner tous renseignements concernant les approvisionnements dont vous pouvez avoir besoin. Voyez-les donc à leur passage, ou bien écrivez-nous en nous demandant leur visite, ce qui ne vous engagera en rien.

Votre stock ne saurait être jugé comme complet, si vous ne tenez un assortiment de nos principales lignes de BISCUITS.

DEMANDEZ-NOUS NOS LISTES DE PRIX

### The Montreal Biscuit Co.

MANUFACTURIERS DE

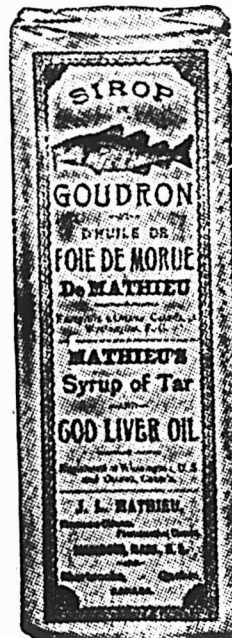
BISCUITS ET CONFISERIES

## Montréal

## Préparez-vous pour le temps froid

alors que les rhumes, la grippe, etc, qui en résultent veulent dire une demande plus considérable pour un remède recommandable sous tous rapports tel que le

SIROP DE GOUDRON  
et à  
L'HUILE DE FOIE  
DE MORUE  
de MATHIEU



Partout où il est mis en étalage, il a toujours prouvé qu'il était de vente facile. Naturellement, il est en demande toute l'année, mais nous vous conseillerions d'en placer une commande plus considérable à cette saison. Adressez-nous votre commande aujourd'hui même et soyez du nombre des marchands qui font de l'argent avec ce remède.

La Cie J. L. Mathieu,  
PROPRIETAIRE.  
SHERBROOKE, Qué.

# Fèves au Lard

(à la sauce aux tomates)

## Marque Simcoe



Vous pouvez commander les fèves au lard de la marque Simcoe en grande quantité sans crainte qu'elles ne restent sur vos tablettes.

C'est un mets qui fait partie du menu ordinaire de toutes les familles. C'est un aliment riche en propriétés nutritives et un excellent remplaçant de la viande.

Vous y gagneriez à prendre en stock, à mettre en étalage et à pousser la vente de cette marque populaire.

Demandez-la à votre marchand de gros.

### DOMINION CANNERS LIMITED

Hamilton, Canada



# Machines à Laver "CONNOR"

## *Ventes Faciles—Gros Profits*

Les machines Connor sont faites pour le service. Elles combinent la durabilité et le service et tout ce qui procure la satisfaction. Si vous voulez avoir une ligne profitable, une ligne qui soit bien et favorablement connue, écrivez-nous pour conditions et prix.

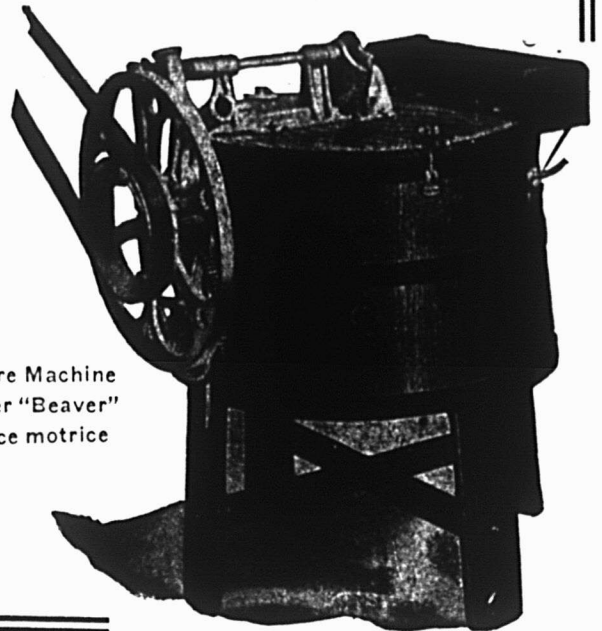
C'est maintenant le temps de donner vos commandes, car nous anticipons une forte demande pour les envois de l'automne. Notre catalogue vous sera adressé sur demande.

Notre ligne comprend des Machines à Laver, soit Electrique, soit à Moteur à Gaz, à Pouvoir d'Eau ou à Mains. Aussi Tordeuses, Supports, Planches à repasser et à pétrir, Barattes, etc.

*Ne remettez pas à demain pour nous écrire. Faites-le aujourd'hui.*

**J. H. CONNOR & SON**  
Ottawa, - Ont.

Notre Machine  
à Laver "Beaver"  
à force motrice



# LE Bouilli Canadien de CLARK

Le meilleur boeuf et des légumes choisis avec soin et cuits à la perfection.

Dans un emballage attrayant, économique pour le consommateur et de vente facile.

## SPAGHETTI

*à la sauce aux tomates et au fromage*

Hachis de boeuf salé, Bifteck aux oignons, Boeuf fumé tranché, Viandes en pots, etc.

*Tous les Mets préparés de Clark sont "Faits au Canada" par des "Canadiens."*



**W. Clark, Limited**

**MONTREAL**





## Bacon à déjeuner Veribest!

Populaire des deux  
côtés du comptoir

Chaque jour des milliers de ménagères canadiennes achètent du Bacon à déjeuner Veribest à cause de sa saveur délicieuse, de sa bonté uniforme et de sa pureté. Le Bacon à déjeuner Veribest est scientifiquement préparé par les experts d'Armour.

Chaque jour des milliers de marchands canadiens vendent le Bacon à déjeuner Veribest avec profit — parce que chaque vente veut dire des commandes répétées — comme la chose arrive avec tous les produits portant la Marque Ovale Armour. Demandez des renseignements sur les produits alimentaires Armour à notre succursale la plus rapprochée de chez vous ou écrivez-nous directement. La Marque Ovale Armour résoudra votre problème "Quoi vendre".

# ARMOUR COMPANY

Siège social:  
HAMILTON,  
ONTARIO.

Succursales:  
Sydney, N.-E.      Montréal  
Toronto,              St-Jean, N.-B.

## Des Milliers de Pas Que vous auriez pu Eviter

Hier, aujourd'hui et demain, vous et vos commis ont à servir une multitude de clients venant acheter de l'huile et de la gazoline. Cela veut dire des milliers de pas pour aller à l'arrière de votre magasin et en revenir. Cela veut dire des centaines de manutentions malpropres et des heures gaspillées en mouvements inutiles.

Comparez cette méthode de tenir vos huiles avec un

### Système à Huiles et Gazoline

# BOWSER

ESTABLISHED 1885

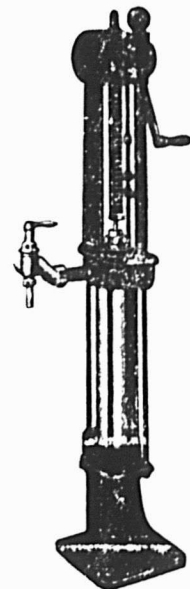
un système avec un réservoir sous terre ou au sous-sol donnant un grand espace d'emmagasinage propre, sans danger et pratique. Un système avec une pompe installée à l'endroit le plus commode.

Un système mesurant et pesant automatiquement, supprimant l'emploi de mesures, de bidons et de calculs inutiles. Un système assurant la sûreté, la propreté, le service et une augmentation de profits.

Demandez plus de renseignements aujourd'hui même.

**S. F. Bowser & Co., Inc.,** 66-68 Frazer Ave.,  
TORONTO, ONT.  
Bureaux de ventes dans tous les centres. Représentants partout

Pour la Gazoline, le  
Pétrole et autres Huiles.





Empaquetez tous vos produits alimentaires dans le plat Riteshape.

Les viandes en tranches, le beurre, le saindoux, etc., bref, tout ce que vous vendez à la pesée peut être emballé proprement dans les plats Riteshape.

Ces plats sont faits dans toutes les dimensions: de 1-2 à 10 lbs.

Vu que vous les vendez avec votre marchandise, ils ne vous coûtent rien.

En vente chez votre marchand de gros ou à la



## VICTORIA PAPER & TWINE CO., LTD.

Manufacturiers et distributeurs en gros

370-380-382 RUE NOTRE-DAME OUEST  
MONTREAL

Succursale à Toronto, Winnipeg et Halifax

La seule ligne complète de ½ à 10 livres.

The ONLY  
COMPLETE  
LINE  
½ to 10 LBS.



En écrivant aux annonceurs, mentionnez "Le Prix Courant", s.v.p



## Balais Qui Assurent des Ventes Répétées

Le prix des balais ne cesse de monter et les marchands qui voudraient se protéger contre cette hausse continuelle n'ont qu'à communiquer avec nous et nous leur accorderons avec une commande d'essai des conditions et un prix qui feront sûrement leur affaire.

Nous apportons une attention toute spéciale aux commandes par la poste. Le fait de vendre directement aux marchands nous permet de leur offrir des prix qui leur laissent une **BONNE MARGE DE PROFITS**.

Pour s'en convaincre, il suffira d'écrire à la

# FABRIQUE DE BALAIS DE GRANBY

GRANBY, P. Q.

# THÉ CAFÉ

Voilà notre commerce. **EXCLUSIVEMENT.**

Nous avons 40 ans d'expérience dans le commerce au Canada.

Nous connaissons les besoins de tous les districts du pays et notre commerce considérable nous permet d'acheter les meilleures qualités de thés et de cafés aux plus bas prix du marché.

Cette expérience nous permet de garantir satisfaction à tous nos clients.

Vous pouvez échanger ou renvoyer en tous temps, à nos frais, tout achat qui n'est pas trouvé satisfaisant pour votre commerce.

Une commande d'essai vous convaincra que nous pouvons vous donner le service et la valeur qui accroîtra votre commerce de thé et de café avec les résultats les plus profitables.



## KEARNEY BROS. LIMITED

THE — Importateurs — CAFÉ

33 rue Saint-Pierre - - - MONTREAL.

Maison fondée en 1874.

Tél. Main 1152, 1153.

**Nous offrons pour livraison immédiate les marchandises suivantes:**

Poivre Noir	—	Poivre Blanc
Poivre Rouge	—	Gingembre
Cannelle en branche et moulue		
Clou de Girofle		Thym
Allspice (Piments)		Serriette
Epices de Ceylon		Menthe
Muscade		Epices
Borax		pour Catsup
Moutarde "Duffy"		
"Durham"		
Graine de Lin, Millet (Canary Seed)		
Cafés, Thés etc., etc.		

**PRIX SPECIAUX POUR  
LE COMMERCE**

**J. J. DUFFY & CIE**

117 RUE ST-PAUL OUEST, MONTREAL

Manufacturiers de la Poudre à Pâte  
**COOK'S FAVORITE**



"COW BRAND" la marque toujours digne de confiance dans ses résultats.

Aucun autre soda sur le marché n'est aussi connu de la bonne ménagère que le "Cow Brand". Il est fameux pour ses résultats absolument certains, sa force, sa pureté. Recommandez-le à toutes.

Prenez-en en stock, votre marchand de gros en a.

**CHURCH & DWIGHT**

Manufacturiers LIMITED

MONTREAL

**L'Allumette qui satisfait toujours**

**Silent Five  
d'Eddy**

**S'Allume silencieusement  
Ne renferme pas de poison  
Ne devient pas incandescente après avoir été allumée.**

Un produit d'Eddy perfectionné par une expérience d'autant de plus de soixante ans dans la fabrication des meilleures allumettes.

Vous pouvez en toute confiance, recommander les Silent Five d'Eddy. Ce sont des allumettes qui assurent des ventes répétées.

Essayez un étalage d'ARTICLES EN FIBRE DURCIE D'EDDY. Toutes les ménagères reconnaîtront les grands avantages de ces ustensiles de ménage légers et ne coulant pas.

THE

**E. B. EDDY CO., LIMITED**

HULL, CANADA.

**Une Ligne Valant la  
Peine d'être Tenue**

Voici une ligne qui donne de véritables profits. Tous les marchands tiennent à faire des ventes rapides, à recevoir des commandes répétées souvent et à faire de bons profits. Tous ces avantages sont assurés au marchand qui tient en magasin une ligne complète de nos polis.

**LA LISTE COMPREND TOUS CES NETTOYEURS BIEN CONNUS: POUR LA MAISON — Poli Ideal à argenterie, Poli à métal Klondyke, cirages à chaussures Gold Leaf et Staon, nettoyeur de cuisine Bonnie Bright et poli à meubles Renuall.**

**POUR L'AUTOMOBILE. — Préparation Kleanall pour la carrosserie, Préparation Renuall pour la capote et cire à automobile.**

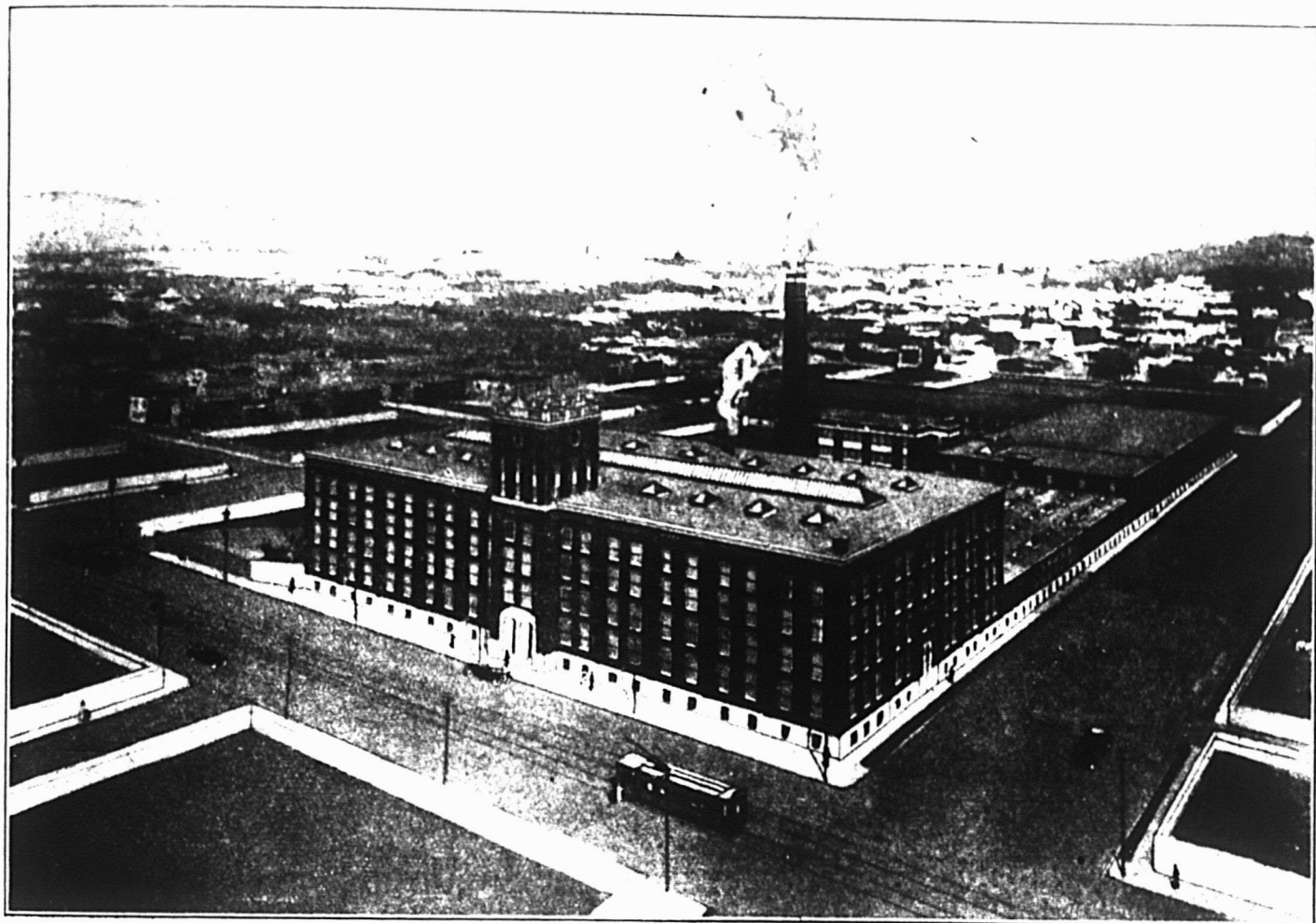
Demandez-les à votre marchand de gros ou écrivez directement pour avoir nos prix et nos escomptes.

**CANADIAN POLISHES, Limited.**

Successeurs de Domestic Specialty Co., Ltd.

HAMILTON, Canada.





ACHETEZ le Tabac de Macdonald en boîtes scellées de dix livres. Il y a quatre palettes de plus dans chaque boîte de Brier et de Prince of Wales. Cela donne au détaillant un profit additionnel de 60c à 80c.

**TABAC A CHIQUER EN PALETTE**

Prince of Wales  
Crown  
Black Rod (torquette)  
Napoléon

**TABAC A FUMER EN PALETTE**

Brier  
Index  
British Consols



Marque de fabrique  
enregistrée

**Agents des ventes:**

Nouvelle-Ecosse—Pyke Bros., Halifax.  
Nouveau-Brunswick—Schofield & Beer, St. John.  
Kingston—D. Stewart Robertson & Sons, Kingston.  
Ottawa—D. Stewart Robertson & Sons, Ottawa.  
Toronto—D. Stewart Robertson & Sons, Toronto.

Hamilton—Alfred Powis & Son, Hamilton.  
London—D. C. Hannah, London.  
Manitoba et Nord-Ouest—The W. L. Mackenzie & Co., Ltd.,  
Winnipeg.  
Colombie-Anglaise—George A. Stone, Vancouver.  
Québec—H. C. Fortier, Montréal.

**W. C. MACDONALD REG'D.**  
INCORPORATED  
**MONTREAL**



# Les Bons Produits

sont les seuls qui permettent aux marchands d'attirer la bonne clientèle. Ce sont les seuls qui font les bonnes et grandes maisons de commerce.

Vous pouvez être certains de rencontrer dans les meilleures maisons d'Épiceries les

## Essences Culinaires de Jonas

parce qu'on y sait qu'il est impossible de trouver sur le marché des "Essences Culinaires" supérieures à celles de la marque "Jonas". Leur grand débit fait qu'elles sont de vente plus profitable que les essences de n'importe quelle autre marque. Beaucoup vendre pour multiplier les profits, telle est la règle des commerçants avisés et elle est facile à mettre en pratique avec les "ESSENCES CULINAIRES DE JONAS".

Un autre produit portant la marque "Jonas", remarquable par sa pureté, sa saveur, sa force, c'est la

## Moutarde Française de Jonas

Elle a les suffrages de toutes les ménagères qui ne supportent pas sur la table le moindre produit falsifié. C'est un produit sûr pour le marchand et ses clients.

Elle est sous verre en différents modèles qui permettent de faire un étalage attrayant dans le magasin et qui sont recherchés par la clientèle comme articles d'utilité dans le ménage.

## La Sauce Worcestershire "Perfection" de Jonas

est recherchée aussi par toutes les ménagères qui savent apprécier les bonnes choses et aiment à servir des mets bien assaisonnés.

## Le Vernis Militaire de Jonas

est encore un article que vous devez avoir en magasin. C'est le vernis par excellence, brillant, adhérent, n'attaquant pas le cuir, mais, au contraire, l'entretenant en parfait état.

# Henri Jonas & Cie

MAISON FONDÉE EN 1870

173 à 177 rue Saint-Paul Ouest, Montréal

## Renseignements de Trois-Rivières et d'Arthabaska

### ACTES ENREGISTRÉS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT D'ARTHABASKA

Du 13 au 18 octobre 1919.

- Vente—Arthur Bédard à Willie Dupuis, p. 21 et ½ n. o. 43. St-Norbert, \$4,000, \$2,100 a/c.
- Vente—Willie Dupuis à Louis Chauvette, 416, Ste-Hélène, \$3,025, \$1,000 a/c.
- Rétrocession—Ferdinand Langlois à Oscar Létourneau, p. n. e. 244b, Arthabaskaville.
- Vente—Oscar Létourneau à Willie de Lespinay, p. n. e. 244b, \$400, payées.
- Vente—Eméry Rochefort à Wilfrid Brulé, ½ est 36, Bulstrode, \$4,000, \$1,000 a/c.
- Vente—Mme Georgianna Rouleau et vir à André Pellerin, 986, Tingwick, \$2,000, \$1,000 a/c.
- Vente—Jeffrey Campagna à Eusèbe Côté, p. 22, St-Paul, \$375, \$75 a/c.
- Bail à rente—Fabrique St-Valère à Calixte Richard, p. 616, Bulstrode, \$4 de rente ann.
- Vente—Evariste Baril à Edmond Carignan, p. 2, Princeville, \$1,500, payées.
- Donation—Eleuthère Rivard à Edmond Baril, d'une somme de \$800.
- Vente—Théode Beaudet et al. à Léodore Beaudet, 2 parties 41, Princeville, \$600, dues.
- Mariage—Willie Paul et Mlle Hortense Doucet, communauté de biens.
- Mariage—Calixte Desilets et Mlle Jeannette Denoncourt, communauté de biens.
- Vente—Arthur Patoine à Joseph Mercier, p. 97, Ste-Victoire, \$1,450, \$850 a/c.
- Vente—Hormisdas Deshaies à Norbert Luneau, 882, Tingwick, \$1,650, \$700 a/c.
- Vente—Hormisdas Deshaies à Ludger Brunelle, 968, Tingwick, \$7,700, payées.
- Vente—Gédéon Caron à Henri Roy, 349 et 350, Tingwick, \$6,500, \$4,675 a/c.
- Obligation—Henri Roy à Alfred Caron, 349 et 350, Tingwick, \$3,000.
- Obligation—Arthur Boisvert à Willie Roberge, 685, 1/3 s. o. 684 et p. 588, Tingwick, \$3,000.
- Mariage—Jimmy Gauthier et Mlle Flore Blanchette, communauté de biens.
- Vente—Achille Turcotte à Willile Laroche, p. 384, St-Norbert, \$500, \$300 a/c.
- Vente—Ernest J. Gagnon à A. Alfred Paradis, 79 et 84, Arthabaskaville, \$8,000, payées.
- Bail à rente—Narcisse Drouin à Athanase Lavigne, p. 381, St-Norbert, \$17.50 de rente ann.
- Renonciation—Mme Clorinde Plamondon et al. à la succ. Achille Gagnon.

### RAPPORT DE LA SEMAINE FINISSANT LE 18 OCTOBRE 1919.

#### ACTIONS EN COUR SUPERIEURE.

- Dame M. L. McArthur et al. vs Emile Fortier, de St-Fortunat de Wolfe, \$116.75.
- Nazaire Couture vs Jos. Rivard, de Thetford Mines, 3ème classe.
- Dame F. F. Théberge et vir vs Joseph Fortin, de Drummondville, \$107.45.
- Lucien Baril et al. vs Dame Alex. Baril et al., St-Albert de W., \$554.00.
- Raphaël Dubois vs Dame Vve Edouard Auger, Victoriaville, 4ème classe.
- Independent Order of Oddfellows Grand Lodge vs Eugène B. Dionne, de St-Fulgence de Durham, bornage.
- Cie Jutras Ltée vs Alph. Guillemette, de Roxton Pond, \$126.95.
- Nap. Labonté vs Samuel Gosselin, de Laurierville, \$500.00.

#### ACTIONS EN COUR DE CIRCUIT.

- Raphaël Dubois vs Emile Fortier, de St-Fortunat, \$84.00.
- J. F. Walsh et al. vs Rod. Brind'Amour, de Shawinigan Falls, \$57.30.
- J. Nap. Roux vs Joseph Marcotte, de N.-D. de Lourdes, \$22.30.
- J. B. Blais Enr. vs Amanda Fortin et vir, de St-Éleuthère, Kamouraska, \$32.10.

#### JUGEMENT EN COUR SUPERIEURE.

Frédéric Tétreau vs Aetna Development Co., de Montréal, jugement contre défendeur pour \$5,128.03.

#### DECLARATION DE SOCIETE.

Adélarde Rousseau et Arsène Rousseau, industriels, de Plessisville, faisant le commerce comme marchands de bois en général, manufacturiers de portes et châssis ou tous autres articles en bois se rapportant à la construction ou à toutes autres fins quelconque, de plus commerçants sur bois de chauffage et charbon, et fabrication de bardeau, sous les nom et raison sociale de "Rousseau & Frère" (Succ. de Frs. Rousseau).

#### BUREAU D'ENREGISTREMENT. CITE ET DISTRICT DES TROIS-RIVIERES.

Semaine du 14 au 21 octobre.

- Vente—Vve Jacques Larivière et al. à J. H. Larivière.
- Vente à réméré—J. H. Larivière à Honoré Sévigny.
- Vente—Grand'Mère Land Co. à Dame Mélida Dufort.
- Vente—Freddy Gélinas à Dame Julia Béland.
- Transport—Joseph Bourgon à Fernando Quesnel.
- Transport—F. X. St-Arneault à Albert Beaudoin.
- Quittance—Percepteur du Revenu à Succ. Sévère Boisvert.
- Quittance—Honoré Demers à Adélarde Giguère.
- Quittance—Dame H. Bellerive à Alfred Garceau.
- Quittance—Victor Lemay à Dame Alphonse Lemay.
- Quittance—Shaw. W. & P. Co. à Eugène Touzin.
- Quittance—Beaudry Leman à Dominicaines du Rosaire.
- Vente—Philippe H. Marcotte à Alfred Vézina.
- Transport—William Bourassa à Ephrem Villemure.
- Quittance—Edouard Chatillon et al. à Marie Anne Lavergne.
- Quittance—Alphonsine Laperrière et al. à Philippe H. Marcotte.
- Vente—Arthur Racine à Joseph Carle.
- Vente—Mastaï Carle à Joseph Carle.
- Vente—Phyllis Déry à Nap. et Joseph Déry.
- Vente—Napoléon Ricard à Alfred Ricard.
- Vente—Ulric Courteau à Elphège Pelletier.
- Vente—Alcide Thibaudeau à The Bell Telephone Co.
- Vente—Succ. Narcisse Rivard à Arthur Béland.
- Vente—Succ. Alex. Houliston à Edmond Gauthier.
- Quittance—Philippe Marchand à Jos. et philémon Trudel.
- Quittance—Succ. Dme J. E. Hétu à J. N. Vadeboncoeur et ux.
- Quittance—Succ. Dme J. E. Hétu à W. E. Roy.
- Quittance—Dme Jos. A. Désilets à Phi. A. Héroux.
- Quittance—Maria Lupien à Dme Jos. A. Désilets.
- Obligation—Philippe Lord à Conrad Dauphin et al.
- Quittance—Percepteur du Revenu à Succ. Jos. Ringuette.
- Donation—Dame Jos. Ringuette à Edmond Ringuette.
- Echange—David Larivière à Zéphirin Marchand.
- Vente—Olivier Marchand à Jules Dargis.
- Garantie hypothécaire—Dr P. Millette à Caisse Populaire St-Etienne.
- Quittance—Hercule Rivard à Dr P. Millette.
- Quittance—Honorat Aubry à N. Bouchard et al.
- Quittance—Vve Jos. Toupin à Louis Charette.
- Quittance—Sévère Gélinas à Théophile Leroux.
- Quittance—Henri Godin à Sévère Gélinas.
- Vente—Evariste Blais à Alfred Blais.
- Vente—Arthur Bellemare à Evariste Blais.
- Vente—Amédée Levasseur à Wilfrid Lamothe.
- Vente—George Vézina à Adélarde Thibodeau.
- Vente—Vve Phyllis Béland à Arthur Béland.
- Vente—Eugène Gagnon à Victor Gagnon.
- Obligation—Alfred Lacoursière à Arthur Bellemare.
- Quittance—Dionis M. Deschêne à Désiré Beonit.
- Quittance—Angéline B. Dorais à Thom. H. Argall.
- Vente—F. X. Lambert à Josaphat Hamel.
- Vente—F. X. Lambert à Joseph Coudu.
- Obligation—Noé Marineau à Dame Alice Ouimet.
- Vente—Napoléon Blais à Dame Adélarde Daneau.
- Vente—Zacharie Gélinas à Trefflé Descoteaux.
- Vente—F. X. Lambert à Louis Frappier.
- Obligation—J. W. Défond à Dame Annie Benoît.
- Quittance—Dr R. Frigon à Noé Marineau.
- Quittance—Shaw. W. & P. Co. à J. W. Défond.
- Quittance—Calixte Beaulieu à Aimé Beaulieu.
- Vente—P. N. Martel à Honoré Lainé.
- Vente—Ludger Magny à Arsène Pélissier.
- Vente—Armand Raymond à Ovila Bourassa.
- Quittance—Frs. Gélinas à Armand Beaudry.
- Vente—Succ. Arthur Milot à Arthur Dugré.
- Vente—Ovila Gauthier à Dosithée Gauthier.
- Vente à réméré—Dosithée Gauthier à Guillaume Courtois.



# LES TRIBUNAUX

## JUGEMENTS EN COUR SUPÉRIEURE

L. N. Dupuis vs Alphonse Moisan, Montréal, \$23,000.  
 Adam Sawvldsky vs Can. Steel Foundries, Montréal, \$180.  
 Tayside Realty Co., Ltd. vs E. Pate-naude, Montréal, \$471.  
 E. Chaput vs Luciana Lafortune, Montréal, 1ère classe.  
 J. E. Wilder vs Andrew J. Dunn, Montréal, \$194.  
 A. J. Dunn vs J. E. Wilder, Montréal, 4ème classe.  
 Bertha Gougeon vs Alex. Forté, Montréal, 1ère classe.  
 Abina Thuot vs Omer Lachance, Montréal, 1ère classe.  
 Max. Solin vs Ls Yelin, Jacob Slotin, Yelin, Slotin & Co., Montréal, \$572.  
 F. X. Guillevin vs Bazile Caspin, Volt Electric Register, Montréal, \$238.  
 Delphine Jasmin vs Angelo Gladiadi, Montréal, \$421.  
 Credit Can. Inc. vs A. F. Dillon, Montréal, \$200.  
 Mary Huot vs Moïse Rodrigue, Montréal, 1ère classe.  
 Mme Emile Brunette vs J. C. Chevalier, Montréal, \$515.  
 Alph. Papineau vs C. E. Lajoie, M. Hamel, Montréal, \$200.  
 Malone Broom Co., Inc. vs Pac. Guillemette, Standard Broom & Brush Co., Montréal, \$638.  
 Nat. Ben. Franklin Ins. Co. vs M. T. Co., Montréal, \$399.  
 Com Ecoles Catholiques vs A. E. Brunet, D. W. & A. E. Brunet, Montréal, \$150,000.  
 Ls Lefebvre vs Marguerite Lecuyer, Mme Sam. Osborn, Montréal, 1ère classe.  
 Leo. Rousseau vs Alex. Mackay, Montréal, \$100.  
 D. Deschamps & Co. vs J. Marcotte, Sault-au-Récollet, \$122.  
 O. Martineau & Fils, Ltée vs D. Daoust, Montréal, \$401.  
 F. X. Laporte vs L. Lafranchise, Montréal, \$3,700.  
 Henri Lépine vs Can. Car & Foundry Co., Ltd., Montréal, \$1,300.  
 W. A. Baker vs Cité de Montréal, Montréal, \$2,417.  
 Laurentian Lumber Co. vs Thomas Yoemans, New-York, 1ère classe.  
 Min. Chil. de Alex. Leblanc vs Matthews-Blackwell Ltd., Montréal, \$2,500.  
 Paul Brisset des Nos vs H. Cochrane, Montréal, \$120.  
 Hinde Anna Gussman vs Myer Lawron, Montréal, 1ère classe.  
 J. Giard vs Fred. Therrien, Alph. Mousseau, J. C. Gauvin, Jos. Aubin, Montréal, \$1,572.  
 J. Trudeau vs A. Prévost, Longueuil, \$142.  
 E. T. Dowden vs G. T. R., Montréal, \$1,120.  
 Ida Lépérance vs Oxo Ltd., Montréal, \$700.  
 Eug. Lefavre vs Marie Gibeau, Montréal, 1ère classe.  
 Chas. Champagne vs Geneviève Turcotte, Montréal, 1ère classe.  
 Léo. Rousseau vs Alex. Mackay, Montréal, \$100.  
 Crédit Foncier vs Fabiola Couvrette, Mme J. A. Lachapelle, Montréal, \$1,988.

P. Wilson vs J. Paradis, Montréal, \$62.  
 Bertha Fortier vs C. A. Robitaille, Montréal, 1ère classe.  
 V. Morin et al. vs Blanche Sénécal, Mme Clodomir E. Forest, Vict. Sénécal, Barthélemi Lefebvre, Montréal, \$311.  
 W. L. Miller Co. vs Stand Sure Store Co., John H. Anderson, Montréal, \$232.  
 W. M. Scatt vs Nap. Pepin, Montréal, \$114.  
 Z. Bouchard vs C. P. O. S., Ltd., Montréal, \$400.  
 Vincent Lamarre vs J. O. Désy, Montréal, \$218.

## JUGEMENTS EN COUR DE CIRCUIT

Toledo Scale Co. vs M. Levio, \$95.  
 C. W. Lindsay, Ltd. vs G. Mongeau, \$23.  
 Beaudoin Ltée vs Horm. Quesnel, \$65.  
 M. Bourdon vs Henri St-Denis, \$26.  
 E. Henrichon vs Mme A. Lebel, \$18.  
 E. E. Pollard vs W. T. Taylor, \$26.  
 S. A. Martel vs Frédéric Beaupré, \$20.  
 V. Brosseau vs J. E. Pagé, \$18.  
 L. Leblanc vs Jos. Vézina, \$58.  
 A. Trudeau vs Wm. Peterkin, \$72.  
 Cosmopolitan House Furniture vs Wm. Jarold, Lachine, \$70.  
 Cosmopolitan House Furniture vs O. Durocher, Lachine, \$17.  
 Cosmopolitan House Furniture vs Th<sup>c</sup>. Lacombe, Lachine, \$43.  
 E. Papineau vs G. aïias Percy Kent, Lachine, \$42.  
 E. Papineau vs Mlle McNairn, Lachine, \$21.  
 J. A. McComber vs D. Dailleboust, Caughnawaga, \$38.  
 O. P. Vigeant vs Thos. Montour, Caughnawa, \$74.  
 I. Brodsky vs S. Brent, \$50.  
 J. V. Lapierre vs B. Leclair, \$16.  
 A. Bécharé vs J. A. Latour, \$28.  
 F. David vs Mme Ls Beauchemin et vir., \$10.  
 H. Donaldson vs T. Laurin, \$15.  
 H. Tousignant vs A. Thibault, \$21.  
 M. Bernier vs Mme M. Bernier, \$59.  
 J. Garmaise vs G. Dickson, \$28.  
 J. Garmaise vs Jos. St-Jean, \$28.  
 S. A. Cantin vs Mme O. Sénécal et vir., Verdun, \$11.  
 H. Laverdure vs Alb. Poitras, \$24.  
 Marie D. Héneault vs O. Descent, \$49.  
 J. A. Simard & Cie vs A. Guertin, \$66.  
 B. Perkins vs Maurice Paquette St. \$35.  
 A. Riopel vs Thos. Aubin, \$17.  
 L. M. A. Lemieux vs D. Bourcier, \$71.  
 H. Dulman vs Jos. Duquette, \$27.  
 M. Bérard vs Alb. Cardinal, \$22.  
 J. H. Lauzon et al. vs Jos. Gingras, \$79.  
 N. G. Valiquette, Ltée vs Adélarde Lemieux, Québec, \$51.  
 Renfrew Machinery Co. vs J. E. Boulay, Ste-Florence, \$41.  
 A. Burnett vs W. A. Dickson, Westmount, \$14.  
 Giseo Ltd. vs J. O. Désy, Berthier, \$76.  
 O. P. Vigneault vs Michel Hill, Caughnawaga, \$66.  
 Canada Malleable & Steel Range Mfg. Co. vs Saül Gervais, \$22.  
 J. Garmaise vs Eug. Desnoyers, \$29.  
 J. Garmaise vs Ovila Hébert, \$16.  
 B. Levitsky vs E. Trudel, \$77.  
 A. Bellehumeur vs J. Dionne, \$15.  
 W. H. Dwyer Ltd. vs D. Côté alias Jos. Meilleur, \$82.  
 Gougeon & Frères vs T. Bernard, \$23.

J. K. Kane vs F. Lazard, Caughnawaga, \$20.  
 J. Currotte & Sons vs Jos. Diabo, Caughnawaga, \$20.  
 L. Perras vs F. Mayo, Caughnawaga, \$17.  
 P. Rose vs E. Chénier, St-Polycarpe, \$21.  
 J. Kendall et al. vs C. P. Selkyer, St Hubert, \$50.  
 B. L. Benoit vs C. Fournier, Longueuil, \$49.  
 M. P. S. Corp. vs J. A. Bellemare, Pont Viau, \$22.  
 Geo. Hodge & Sons, Ltd. vs W. H. Noseworthy, Verdun, \$79.  
 J. Bell vs Jos Muscovitch, Lachine, \$10.  
 D. C. Gillett vs W. J. Robinson, Westmount, \$90.  
 R. B. Desrochers vs Chs Cadieux, \$47.  
 E. Marleau vs Ls Beaudoin, \$23.  
 F. Franchet vs Edgar Jubinville, \$73.  
 G. A. Joannies vs Henri de Lorimier, \$29.  
 H. P. S. Corp. vs Dominique Désautels, \$26.  
 A. Brazeau vs Pacifique Vézina, \$29.  
 Alice McLean vs Mme Thos. Kelly et vir., \$35.  
 B. Cchen Bros. vs S. Schwartz, \$74.  
 H. R. Richey vs Chemical & Industrial Laboratories, \$80.  
 E. Champagne vs H. Larin, \$21.  
 J. W. Pilon vs Arc. Larose, \$19.  
 G. Rabinovitch vs Levine Bros., \$85.  
 A. Wilson vs Jacques Granier, \$20.  
 Hickey & Aubut vs B. Lefebvre, \$89.  
 C. W. Lindsay vs Jos. Demers, \$47.  
 E. Duquette vs A. Brodeur, \$23.  
 E. L'Heureux vs S. Watson, \$78.  
 D. Vandandaigne vs L. J. Drainville, \$25.  
 Mme D. Hardy vs E. Clarke, \$11.  
 A. Dagenais vs H. Barbeau, \$15.  
 O. Paiement vs B. Sabourin, \$24.  
 J. Schecter et al. vs M. Barette, \$14.  
 P. Matte vs M. R. Gaulin, \$12.  
 J. A. Pelletier vs A. Brisebois, \$65.  
 Soeurs Cong. Notre-Dame vs J. A. Godin, \$30.  
 J. E. Hutton vs E. W. Woods, \$30.  
 F. Bulger vs E. L. Simpson, \$85.  
 N. Courteau vs Jos. Brown, \$61.  
 N. G. Valiquette, Ltée vs J. A. B. Corbeil, \$18.  
 N. G. Valiquette, Ltée vs L. Rousseau, \$21.  
 M. L. H. & P. Co. vs G. Brodeur, \$49.  
 M. L. H. & P. Co. vs L. Payne, \$40.  
 V. Galipeau vs Art. Lefebvre, \$39.  
 P. M. Beaudoin vs Horm. Meloche, \$99.  
 P. M. Beaudoin vs Jos. Pigeon, \$63.  
 P. M. Beaudoin vs Aimé Moreau, \$17.  
 J. B. Lavole vs Jos. Rowe, \$25.  
 J. H. Lebeau vs Flairen Roy, \$41.  
 J. O. Proulx vs H. O. Sweeney, \$83.  
 W. Christopher vs Dominico Martino, \$14.  
 J. D. Labrèche vs C. Daguerre, \$35.  
 Gisco Ltd. vs T. Vézina, \$18.  
 H. Gauthier vs O. Mercier, \$31.  
 V. Leduc vs J. R. Coulombe, \$41.  
 N. G. Valiquette, Ltée vs Chs St-Pierre, \$10.  
 L. Martin vs Jos. Brossard, \$27.  
 G. Sigouin vs L. Léveillé, \$56.  
 A. Chrétien vs Geo. Denis, \$22.  
 A. Lagacé vs M. A. Desaint, \$15.  
 N. Clément vs A. J. Hopkinson, \$55.  
 Alexina Jarry vs L. H. Couture, \$25.  
 C. W. Lindsay, Ltd. vs R. H. Joncas, \$52.  
 H. Moffat vs Jimmy Schen, \$72.  
 D. Céré vs F. Amyot, \$22.  
 D. Vandandaigne vs C. L. Alluisi, \$13.



# Ferronnerie, Quincaillerie, Peintures, Vernis, Vitres, etc.

Mercrèdi soir, le 22 octobre 1919.

Une nouvelle liste de prix est en vigueur pour les clefs (wrenches) à manche de couteau. Les serres-joints (clamps) de charpentiers ont également enregistré une hausse, de même que la quincaillerie de sellier et quelques lignes de chaîne brillante à harnais. La quincaillerie marque Corbin est vendue plus chère. L'étope pour plombiers a monté de 50¼c le quintal. Les clous américains à toiture se vendent plus chers aussi. Les outils Pink pour bûcherons ainsi que les manches ont subi une révision à la hausse; les outils ayant monté de 5 pour cent et les manches de 10 pour cent. Une ligne de scies et une autre de marteau sont montées. Les tôles noires et galvanisées ont été de nouveau révisées à la hausse. Le plomb en saumon se vend plus cher, de même que le spelter. Les vieux matériaux, bien que sans changement, ont vu leur ton s'améliorer.

Un déclin d'un centin par livre a été enregistré pour le câble de manille et un autre d'un centin et demi sur le sisal. Cela est dû à la concurrence vive plutôt qu'aux déclinés pour la matière première, car les tendances ont été récemment vers la hausse pour les matières premières. En général, les affaires sont très excellentes.

## NOUVELLE LISTE POUR LES CLEFS; LES SERRES-JOINTS DE CHARPENTIER A LA HAUSSE

Clefs (wrenches) Serres-joints. — Une liste nouvelle est en vigueur pour les clefs avec manche de couteau. Les prix suivants sont en force: Six pouces, la douzaine, \$15; 8 pouces, \$18; 10 pouces, \$22; 12 pouces, \$28; 15 pouces \$38; 18 pouces, \$48 et 21 pouces, \$58. L'escompte est de 25 pour cent. Les serres-joints de charpentiers et de voituriers ont monté de prix, les "Common" étant cotés comme suit: 3 pouces, la douzaine, \$7; 4 pouces, \$9.60; 5 pouces, \$12.20 et 6 pouces, \$15.75. Les prix correspondants pour la qualité "Star" sont: \$8, \$11, \$14 et \$18 la douzaine.

## LA QUINCAILLERIE DE SELLIER; CHAÎNE; QUINCAILLERIE A LA HAUSSE

Quincaillerie diverses. — Des avances sont en vigueur pour la quincaillerie de sellier et les augmentations sont très différentes en ce sens qu'il est impossible de donner un pourcentage exact de ces avances. Les chaînes à harnais ont également monté

de prix. Les diverses lignes de quincaillerie Corbin pour entrepreneurs ont monté de prix, la hausse étant approximativement de 10 pour cent.

## L'ETOPE POUR PLOMBIERS A LA HAUSSE; DE MEME QUE LES CLOUS A TOITURE ET LES OUTILS DE BUCHERONS

Étope, clous, outils. — Des avances sont en vigueur pour l'étope de plombiers. L'augmentation se chiffre à 50c le quintal, de sorte que le prix actuel est de \$10.25. Les clous américains brillant à toiture, se vendent plus chers, la cotation pour les barils pleins étant de \$9 les 100 lbs et pour les lots brisés, de \$9.50. Les outils Pink pour bûcherons se vendent plus chers aussi. Les outils ont monté approximativement de 5 pour cent et les manches de 10 pour cent.

## LES MARTEAUX ET LES SCIES PLUS CHERES

Marteaux, scies. — Des prix plus élevés sont en vigueur pour les marteaux Stanley, et cette augmentation est d'environ 15 à 20 pour cent. Les diverses scies de la marque S. & D. ont subi une révision de prix. Comme les escomptes varient beaucoup, aucun prix définis ne sont donnés.

## GROSSE DEMANDE DOMESTIQUE ET POUR LE COMMERCE DE L'EXPORTATION

Poêles et accessoires. — Les manufacturiers travaillent à leur capacité pour remplir les commandes pour le pays et pour l'exportation. Les tendances sont décidément fermes, mais avec la provision des fabricants, ils ont été capables de répondre promptement aux demandes des clients. Les prix dépendront, surtout, de l'habileté des manufacturiers à obtenir des matières premières en quantité assez ininterrompue pour leur permettre de répondre à la demande avec une célérité raisonnable. Le commerce des poêles continue d'être actif. Les tendances sont fermes, et tout changement fait le sera plutôt vers la hausse que vers la baisse.

## LA GAZOLINE SE VEND BIEN; AVEC L'HUILE DE CHARBON ELLE SE MAINTIENT

Gazoline, Huile de charbon. — Bien qu'il n'y ait pas de changement dans le prix de l'huile de charbon, les tendances sont stables et les prix se maintiennent de 22 à 25 cents le gallon. Pour la gazoline, il y a une demande active encore, le prix pour la variété à automobile se maintenant à 33 cents.

## ON ENREGISTRE UN DECLIN SUR LE MANILLE ET LE SISAL

Câble. — Le ton du marché de la fibre dure est à la hausse. L'introduction de diverses variétés de cordage sur le marché canadien a créé une sorte de concurrence qui est cause d'un déclin de 1 cent par livre sur le manille et de 1½ sur le sisal. Les nouveaux prix sont les suivants: Manille, la livre, base, 31c; manille anglais et beaver, la livre, 27c et sisal, 23½c. On rapporte que le commerce est satisfaisant.

## LES TOLES PLUS CHERES; ELLES SONT PLUS DIFFICILES A OBTENIR

Feuilles et plaques. — La difficulté de maintenir les stocks à leur plein niveau a fait monter les prix. La rareté a été responsable d'un affermissement général du marché et les prix en général sont plus élevés. Des prix plus élevés encore pourraient devenir en vigueur cela dépendra, en grande partie, de la situation de la main-d'oeuvre.

Nous cotons:

Tôle noire en feuilles:

	Les 100 lbs	
Calibre 10	5.65	6.40
Calibre 12	5.70	6.35
Calibre 14	5.75	6.50
Calibre 16	5.85	6.65
Calibre 18-20	6.30	6.35
Calibre 22-24	6.35	6.40
Calibre 26	6.45	6.50
Calibre 28	6.75	7.00

Tôle galvanisée en feuilles:

10¾ onces	8.65	9.25
Calibre 28	8.75	8.85
Calibre 26	8.50	8.50
Calibres 22 et 24	8.10	8.35
Calibre 16	8.70	8.00
Calibre 18	7.90	8.35
Calibre 20	7.90	8.35

Note: — Charge extra de 25 à 35c les 100 livres pour lots brisés.

## LES PRIX DES LIGNES DE PLOMB DEPENDRONT DES LINGOTS

Produits du plomb. — Un chiffre satisfaisant d'affaires continue d'être fait sur les produits manufacturés, mais le commerce pourrait s'améliorer à la satisfaction des marchands en général. Les prix sont maintenus et si le plomb garde son niveau et si un affermissement se produit sur le marché du ferblanc, il y a peu de perspective de voir baisser les prix de la soudure.

Nous cotons:

Tuyau de plomb	0.12½
Rebuts de plomb	0.13½
Courbes et trappes en plomb.	
15%.	
Plomb "wool", la lb.	0.13
Plomb en feuilles, 3 à 3½ la lb., piéd carré, la lb.	0.12½

Plomb en feuilles, 4 à 8 lbs, pied carré . . . . .	0.09½
Feuilles coupées, ¼c extra et feuilles coupées à la dimension, 1c par lb. extra.	
Soudure, garantie, la lb. . . . .	0.36½
Soudure, strictement, la lb. . . . .	0.32½
Soudure, commerciale, la lb. . . . .	0.31
Soudure, wiping, la lb. . . . .	0.29
Soudure à broche (No 8)—	
40-60 . . . . .	0.36
45-55 . . . . .	0.38½
50.60 . . . . .	0.41½
Zinc en feuilles, casks . . . . .	0.17
Zinc en lots brisés . . . . .	0.18

**TUYAU DE FER**  
Standard Buttweid  
Les 100 pieds.

	Acier		Fer forgé	
	Noir	Gal.	Noir	Gal.
¼ pc... \$	6.00	\$ 8.00	\$.....	\$.....
½ pc... \$	4.53	6.66	5.13	7.26
¾ pc... \$	4.53	6.66	5.13	7.26
1 pc... \$	5.99	7.57	6.84	8.42
1½ pc... \$	7.53	9.66	8.68	10.81
2 pc... \$	11.14	14.28	12.84	15.98
2½ pc... \$	15.07	19.32	17.37	21.62
3 pc... \$	18.01	23.10	20.76	25.85
3½ pc... \$	24.24	31.08	27.94	34.78
4 pc... \$	38.90	49.73	.....	.....
5 pc... \$	50.87	65.03	.....	.....
6 pc... \$	64.86	81.88	.....	.....
7 pc... \$	76.85	97.01	.....	.....

Standard Lapweid.

	Acier		Fer forgé	
	Noir	Gal.	Noir	Gal.
2 pc... \$	27.94	\$34.78	\$31.64	\$38.11
2½ pc... \$	40.66	51.48	46.51	57.33
3 pc... \$	53.17	67.32	60.82	74.97
3½ pc... \$	66.70	83.72	75.90	92.92
4 pc... \$	79.03	99.19	89.93	110.09
4½ pc... \$	88.00	113.00	107.00	132.00
5 pc... \$	103.00	132.00	125.00	154.00
6 pc... \$	133.00	171.00	162.00	200.00
7 pc... \$	175.00	224.00	211.00	259.00
8 pc... \$	184.00	235.00	221.00	273.00

**LA BASE DE L'ACIER ET DU FER EN BARRES SE MAINTIENT**

Fer et acier. — L'on n'a pas à se plaindre du volume des affaires, et les marchands de gros reçoivent un courant continu de commandes, de jour en jour, surtout des points extérieurs. La perspective, c'est qu'il n'y aura pas de déclin et, comme question de fait, le ton est très ferme.

Acier doux . . . . .	3.75
Acier à machinerie, fini fer . . . . .	3.80
Fer de Norvège . . . . .	12.00
Acier à ressort . . . . .	5.50
Acier à pneus . . . . .	3.95
Acier à bandes . . . . .	3.75
Acier à outils Black Diamond, la lb. . . . .	0.22
Acier fondu Black Diamond, la lb. . . . .	0.22
Fer ordinaire en barre, les 100 lbs . . . . .	3.75
Fer raffiné, les 100 lbs . . . . .	4.75

**LE PRIX DU PLOMB A MONTE; LE SPELTER EST FERME AUSSI**

Métaux en lingots. — Les caractéristiques de la semaine sont l'affermissement d'un prix pour le plomb en lingot et pour le spelter. Le ferblanc est instable, mais on s'attend à ce que des avances se produisent. Le cuivre est tranquille.

Cuivre. — Le commerce est plutôt léger, et il n'y a pas de changement de prix, qui reste à 25c.

Ferblanc. — On s'attendait à ce qu'une avance se produise sur ce marché, mais rien n'est arrivé encore. Le prix, cette semaine, est à 59c, mais

une réaction peut se produire dans un moment ou l'autre.

Plomb. — Une grosse demande semble être responsable de l'affermissement des prix et les cotations cette semaine, sont en avance de 7 5/8c. la livre.

Spelter. — Bien que le prix de 10c la livre obtenu la semaine dernière, reste sans changement, la tendance est vers la hausse en sympathie avec le plomb en saumon.

Antimoine. — Ce marché continue d'être ferme, mais la vente se fait au prix non changé de 10c la livre.

Aluminium. — La petite demande pour ce métal continue, et le prix est maintenu à 34c.

Fer en gueuse. — \$50 la tonne est coté sur ce marché pour les quantités ordinaires.

**LA PEINTURE**

Bien que l'on s'attendait à ce qu'il se produise un soulagement dans la situation du marché de l'huile de graine de lin, peu de changement n'a eu lieu. La difficulté que l'on éprouve à se procurer de la graine de l'ouest existe encore, et il semble qu'il y a eu plus ou moins de congestion par suite du mouvement du blé de l'Ouest à l'Est. Toutefois, on s'attend à de l'amélioration au cours des quelques prochaines semaines et vers le milieu de novembre, il sera possible de se procurer de l'huile à meilleur marché et en quantité. En attendant, l'huile sur place reste sans changement.

On peut actuellement se procurer de la térébenthine en assez grande quantité et avant longtemps, il y aura probablement une base de prix plus facile, mais aucun changement n'est fait pour le moment.

Les peintures et les accessoires se vendent librement. Le blanc de plomb dans l'huile est stable et comme le plomb en saumon s'est affermi récemment, il n'est pas probable qu'un déclin se produise. Les affaires sont excellentes.

**PEU DE STOCK SUR PLACE D'HUILE DE GRAINE DE LIN; LE MARCHE EST FERME**

Huile de graine de lin. — Le marché de l'huile sur place est encore fort, et il n'y a pas de promesse d'amélioration ici dans un avenir immédiat. La livraison de la graine a été retardée et c'est là la cause immédiate que les prix de l'huile pour livraison immédiate sont maintenus pour ainsi dire sans changement. Aux cotations actuelles de la graine, l'huile devrait être meilleur marché, mais c'est un cas de pas de graine — pas d'huile. L'arrivée de l'huile anglaise a aidé à soulager considérablement la situation. Pour l'expédition de novem-

bre, les prix sont beaucoup plus bas — autour de \$2.00 le gallon étant coté pour ceux qui voudront livrer de l'huile à cette époque. L'avenir devrait amener du soulagement dans la question des approvisionnements et des prix.

Nous cotons:

Brute—

	Gal.	Imp.
1 à 4 barils . . . . .	2.90	3.02
1 à 9 barils . . . . .	.....	.....
10 à 25 barils . . . . .	.....	.....
Bouillie—		
1 à 4 barils . . . . .	2.92½	3.04½
5 à 9 barils . . . . .	.....	.....

Note. — Par suite des fluctuations des marchés de la graine, les maisons de gros, en général, ne donnent pas de cotations. La base est très nominale.

**ON PEUT SE PROCURER PLUS DE TERE BENTHINE; LES PRIX SANS CHANGEMENT**

Térébenthine. — Le marché s'est quelque peu amélioré et les livraisons se font plus librement. Les prix devraient bien s'en ressentir et baisser quelque peu, bien que la révision se fera, probablement, par gradation.

En attendant, les barils simples sont cotés à \$2.45.

Térébenthine—

	Gal.	Imp.
De 1 à 4 barils . . . . .	2.45	2.65
Par petits lots . . . . .	.....	2.65
(Emballage extra)		

**DE PLUS GROSSES VENTES DE MASTIC EN PERSPECTIVES**

Mastic. — Il sera possible de faire un commerce plus considérable de mastic, et la chose se produira bientôt, à mesure que la température annoncera l'arrivée de l'hiver. Le ton est maintenu ferme sans changement, comme le montrent les différences suivantes:

Nous cotons:

Mastic Standard:

	5	1	Au-
	tonnes	tonne	des-
			sous
			de 1
En barils . . . . .	\$5.00	\$5.25	\$5.60
En ½ barils . . . . .	5.15	5.40	5.75
Par 100 livres . . . . .	5.85	6.10	6.45
Par 25 livres . . . . .	6.10	6.35	6.70
Par 12½ livres . . . . .	6.35	6.60	6.95
En boîtes 3 et 5 lbs . . . . .	8.10	8.35	8.70
En boîtes 2 et 3 lbs . . . . .	8.60	8.85	9.20
En caisses 100 lbs . . . . .	7.15	7.40	7.75

**LE BLANC DE PLOMB DANS L'HUILE EST FERME ET MAINTENU**

Blanc de plomb dans l'huile. — Il n'y a pas de changement de conséquence à signaler sur le marché et cependant le mouvement du plomb a été actif, si l'on considère la demande domestique et celle pour l'exportation. Cette dernière s'est bien maintenue durant toute la saison et les rapports indiquent qu'une grande

quantité est encore expédiée dans le moment. Les prix sont les suivants: En lots de cinq tonnes, les 100 lbs, \$15.50; en lots d'une tonne, \$16, et en plus petites quantités, \$16.35.

Il y a eu dernièrement une tendance vers la hausse pour le plomb en saumon, et on l'attribue à une grosse demande générale de la part des consommateurs.

**LA BONNE TEMPERATURE FAVORISE LA DEMANDE DE LA PEINTURE**

Peintures et spécialités. — La superbe température que nous avons eue a favorisé le mouvement des peintures et si elle se maintient le moindrement le commerce deviendra considérable et il aidera à faire l'une des plus grosses saisons encore faites. Les prix sont stables et sans changement, les tendances étant plutôt fermes, par suite de conditions diverses, telles que l'affermissement des prix du ferblanc en feuilles, l'affermissement du plomb en saumon, etc. Le mouvement des spécialités est bon aussi.

**PEINTURES**

- Alabastine.
- Couleurs et blanc—en paquets 2½ livres, \$9.50 les 100 livres, en paquets de 5 livres, \$9.00 les 100 livres, f.o.b. Montréal.
- Liquide-bronze.
- Liquide-bronze, No 1 ..\$1.50 \$2.00
- Huile de banane, gall. ..\$3.50 \$7.00 f.o.b. Montréal.
- Bleu.
- La livre .. .0.12 0.12
- Couleurs (sèches) la livre
- Terre d'Ombre brute, No 1, tonnelets de 100 livres .. .0.09½
- Terre d'Ombre pure, tonnelets de 100 livres .. .0.15
- Terre d'Ombre brûlée, No 1, tonnelets de 100 livres .. .0.09½
- Terre d'Ombre pure, tonnelets de 100 livres .. .0.15
- Terre de Sienne brute, No 1, tonnelets de 100 livres .. .0.09½
- Terre de Sienne pure, tonnelets de 100 livres .. .0.15
- Terre de Sienne brûlée, No 1, 100 livres .. .0.09½
- Terre de Sienne brûlée, pure, 100 livres .. .0.15
- Vert Imp. tonnelets de 100 livres .. .0.17 0.19
- Vert Chrome, pur .. .0.35
- Chrome jaune .. .0.25 0.41
- Vert Brunswick, 100 lbs. 0.12 0.12½
- Rouge Indien, Kegs 100 livres .. .0.15 0.20
- Rouge Indien, No 1, Kegs 100 livres .. .0.06 0.10
- Rouge Vénitien, brillant supérieur .. .0.07 0.09
- Rouge Vénitien, No 1 .. .0.05½
- Noir fin, pur sec. .. .0.09½
- Ochre d'Or, 100 livres .. .0.12
- Ochre blanche, 100 livres .. .0.05½ 0.06
- Ochre blanche, barils .. .0.03½
- Ochre jaune, barils .. .0.06 0.10½
- Ochre français, barils .. .0.08
- Ochre sapin, 100 livres .. .0.07 0.08
- Rouge Super Magnetic .. .0.05

- Vermillon .. .0.40
- Vermillon anglais .. .2.50
- f.o.b. Montréal, Toronto.

**COULEURS A L'HUILE PURE**

- boîtes d'une livre.
- Rouge Vénitien .. .0.23 0.30
- Rouge Indien .. .0.30
- Jaune chrome, pur .. .0.53
- Ochre d'or, pur .. .0.30 0.32
- Ochre de sapin français, pur 0.25 0.28
- Verts, purs .. .0.28 0.38
- Terres de Sienne .. .0.34
- Terres d'Ombre .. .0.34
- Bleu Ultra-marin .. .0.45 0.48
- Bleu de Prusse .. .1.00
- Bleu de Chine .. .1.00
- Noir fin .. .0.35
- Noir ivoire .. .0.36
- Noir de peintre d'enseigne pur .. .0.38 0.40
- Noir de marine, 5 livres .. .0.20
- f.o.b. Montréal, Toronto.
- Emails (blancs) Gallon
- Duralite .. .\$7.47½
- Albagloss, C. P. C. .. .5.75
- Email "Blanc", B-4 .. .6.90
- Mooramel .. .7.00

**Colle.**

- Colle All-Round Brantford—
- Caisse No 7, 50 ppts de 1 lb. \$25.00
- Caisse No 8, 100 ppts de ½ lb. 28.00
- Caisse No 9, 200 ppts le ¼ lb. 35.00

**Vitre**

- |                    |         |         |
|--------------------|---------|---------|
|                    | Simple  | Double  |
|                    | épais-  | épais-  |
|                    | seur    | seur    |
| Les 100 pieds      |         |         |
| Audessous de 25 .. | \$18.75 | \$22.90 |
| 26 à 34 ..         | 19.00   | 24.85   |
| 35 à 40 ..         | 20.50   | 26.40   |
| 41 à 50 ..         | 23.50   | 30.00   |
| 51 à 60 ..         | 24.60   | 30.80   |
| 61 à 70 ..         | 26.50   | 32.70   |
| 71 à 80 ..         | 29.70   | 35.40   |
| 81 à 85 ..         |         | 45.45   |
| 86 à 90 ..         |         | 48.85   |
| 91 à 94 ..         |         | 49.80   |
| 95 à 100 ..        |         | 58.55   |
| 101 à 105 ..       |         | 65.35   |
| 106 à 110 ..       |         | 73.10   |

Escompte à la caisse, 15 et 20%.  
 Escompte à la feuille, 5%.  
 Comptant, 2 pour cent.  
 f.a.b. Montréal.

**Glaces**

- Glaces jusqu'à 1 pied .. .0.80
- Glaces de 1 à 2 pieds .. .0.90
- Glaces de 2 à 3 pieds .. .0.95
- Glaces de 3 à 4 pieds .. .1.15
- Glaces de 4 à 5 pieds .. .1.35
- Glaces de 7 à 10 pieds .. .1.70
- Glaces de 10 à 12 pieds .. .1.75
- Glaces de 5 à 7 pieds .. .1.50
- Glaces de 12 à 15 pieds .. .1.85
- Glaces de 15 à 25 pieds .. .1.95
- Glaces de 25 à 50 pieds .. .2.15
- Glaces de 50 à 75 pieds .. .2.20
- Glaces de 75 à 90 pieds .. .2.25
- Glaces de 90 à 100 pieds .. .2.30
- Glaces de 100 à 120 pieds .. .2.60
- Glaces de 120 à 140 pieds .. .2.90
- Glaces de 101 à 110 de largeur, contenant pas plus de 100 pieds chaque .. .3.00
- Glaces de 111 à 120 de large, ne contenant pas plus de 100 pieds chaque .. .3.40
- Glaces de 101 à 110 de large, contenant plus de 100 pieds, chaque 3.40
- Glaces de 111 à 120 de large, contenant plus de 100 pieds chaque. 3.75
- Escompte au commerce, 20 pour 100.
- Livraison en ville, 25 pour 100.
- f.a.b. Montréal.

Clous de zincs.  
 Recouverts vitric, \$1.45 les douze paquets de 6 livres brut.

**BLANC DE PLOMB**

(Moulu dans l'huile)

Montréal Toronto

- Anchor, pur .. . \$16.00 \$16.35
- Crown Diamond .. . 16.00 16.35
- Crown, pur .. . 16.00 16.35
- Ramsay, pur .. . 16.00 16.35
- Green Seal .. . 16.00 16.35
- Moore, pur .. . 16.00 16.35
- Tiger, pur .. . 16.00 16.35
- O. P. W. Dec., pur .. . 16.00 16.35
- Eléphant, véritable .. . 16.50 16.85
- Red Seal .. . 16.00 16.35
- Decorators, pur .. . 16.00 16.35
- O. P. W. anglais .. . 16.20 16.55

B.B. véritable plomb, moins d'une tonne, \$18.45, Toronto; \$18.15, Montréal. Lots d'une tonne, moins 5%; lots de 5 tonnes, moins 10%.

**Vert de Paris**

- En barils, environ 600 lbs .. . 0.48
- En kegs de 250 lbs .. . 0.48½
- En barillets, 50 et 100 lbs .. . 0.49
- En barillets, 25 lbs .. . 0.50
- En paquets de 1 lb., caisse de 100 lbs .. . 0.52
- En paquets de ½ lb., caisse de 100 lbs .. . 0.54

**Peintures préparées**

- Eléphant, blanche .. .4.95
- Eléphant, couleurs .. .4.55
- B-H Anglaise, blanche .. .5.05
- B-H Anglaise, couleurs .. .4.85
- B-H à plancher .. .4.00
- B-H, plancher-vestibule .. .4.55
- Minerve, blanche .. .4.90
- Minerve, couleurs .. .4.60
- Crown Diamond, blanche .. .4.38
- Crown Diamond, couleurs .. .4.55
- Crown Diamond, à plancher .. .4.00
- B-H Fresconette, blanche .. .3.60
- B-H Fresconette, couleurs .. .3.50
- Moore, couleurs, nuances .. .5.00
- Moore, couleurs, blanches .. .4.80
- Moore, peinture égyptienne, toutes couleurs .. .4.00
- Moore, peinture de plancher .. .3.85
- Moore, Saniflat .. .3.75
- Moore, Mooramel .. .
- Jamieson's & Crown Anchor .. .4.30
- C.P.C. pure, blanche .. .5.05
- C.P.C. pure, couleurs .. .5.55
- O.P.W. marque Canada, blanche .. .4.80
- O.P.W. marque Canada, couleurs .. .4.50
- O.P.W. marque Canada, à plancher .. .3.75
- O.P.W. à mur, blanche .. .3.60
- O.P.W. à mur, couleurs .. .3.50
- Ramsay pure, blanche .. .4.90
- Ramsay pure, couleurs .. .4.60
- Martin-Senour, 100% blanche .. .5.05
- Martin-Senour, 100% couleurs .. .4.80
- Martin-Senour, Porch paint .. .4.80
- Martin-Senour, Newtowne, blanche .. .3.60
- Martin-Senour, peinture à plancher .. .4.00
- Sherwin-Williams, blanche .. .5.05
- Sherwin-Williams, couleurs .. .4.80
- Sherwin-Williams, à plancher .. .4.00
- Flat Tone, blanche .. .3.60
- Flat Tone, couleurs .. .3.50
- Low Bros., H. S., blanche .. .5.05
- Low Bros., H. S., couleurs .. .4.80
- Low Bros., Hard drying floor .. .4.00
- Mellotone, blanche .. .3.95
- Mellotone, couleurs .. .3.60
- Sanitone, blanche .. .3.60
- Maple Leaf, blanche .. .5.05
- Maple Leaf, couleurs .. .4.80
- Maple Leaf, à plancher .. .4.00
- Pearcy, préparées, blanches .. .4.25
- Pearcy, préparées, couleurs .. .4.50
- f.o.b. Montréal, Toronto.



# LA CONSTRUCTION

## ASBESTOS

Ecole pour garçons pour le compte de la commission scolaire catholique. Secrétaire-trésorier: G. J. Bolsvert. Des soumissions seront reçues par le secrétaire-trésorier jusqu'au 8 novembre prochain.

## CAP DE LA MADELEINE

Résidence de \$5,000 au parc Rochefort, Pont St-Maurice, pour Omer Gilbert, Pont St-Maurice. La brique, le bois, la plomberie et la quincaillerie ne sont pas encore achetés. Le propriétaire l'occupera.

Résidence de \$6,000 au parc Rochefort, Pont St-Maurice, pour Geo. Gellinas, Pont St-Maurice. Le propriétaire demande des prix pour 15,000 briques, du bois, de la plomberie et de la quincaillerie. Le propriétaire l'occupera.

Résidence de \$5,000 sur la rue Ste-Julienne pour Louis A. Fortier, à la Pension Plante.

Résidence de \$5,000 au parc Rochefort, Pont St-Maurice, pour Georges Richard, Pont St-Maurice. Le propriétaire l'occupera.

Résidence de \$5,000 au Pont St-Maurice, pour Antoine Frigon, Pont St-Maurice. La plomberie, le bois et la quincaillerie ne sont pas encore achetés.

Résidence de \$5,000 sur la rue St-Dominique, pour Pierre Lacroix. La brique, la toiture, la fournaise, la plomberie, les garnitures intérieures et la quincaillerie ne sont pas encore achetés. Le propriétaire louera.

Logements de \$5,000 au parc Roy, pour J. A. Roy. Le travail sera fait à la journée.

Magasin et résidence de \$16,000, au parc Rochefort, Pont St-Maurice, pour Rosaire Leduc, Pont St-Maurice. Aucun matériel n'a été acheté. Le propriétaire l'occupera.

2 logements de \$6,000 en face de la St. Maurice Paper Co., pour Ludger Boudreau.

Réservoir à eau en acier et extincteurs automatiques (springler) \$40,000, pour la St. Maurice Paper Co. Gérant: M. Ward. Ce sera un réservoir en acier, 138 pieds de haut sur supports en acier et fondation en béton. Capacité: 100,000 gallons.

Résidence de \$6,000 au Pont St-Maurice, pour Xavier Paré, Pont St-Maurice.

Modifications une résidence d'été, \$3,000, pour Nap. E. Godin, qui est sur le marché pour une installation électrique de façon à produire sa propre électricité chez lui.

## GRANBY

Couvent de \$100,000, pour les Soeurs de la Présentation, St-Hyacinthe. Architecte: Alcide Chaussé, 72E rue Notre-Dame, Montréal. Des soumissions seront demandées à la fin du mois. Plans et spécifications chez l'architecte. La brique, la plomberie, l'acier, la toiture, les garnitures intérieures et la plomberie ne sont pas encore achetés.

## LEVIS

Voûtes pour le conseil de ville. Architecte: Lorenzo Lemieux, 39 rue St-Jean, Québec.

## LIMOILOU

Remise à voiture de \$3,000, 99, 3ème Rue, pour Olivier Parent.

## MEACH LAKE, QUE.

Cottage de \$2,000, pour F. D. Burpee, surintendant de la Ottawa Elec. Ry., Ottawa. Le travail sera commencé au commencement du printemps.

## MONTREAL

Résidence (3 plain-pieds) \$6,000, sur la rue Fabre, pour N. Lapierre, 745 rue Grenier. Aucun matériel nécessaire.

Addition à une fabrique, \$150,000, sur la rue Charlevoix, pour la Steel Co. of Canada, Ltd., 1272 rue Notre-Dame Ouest.

Résidence et garage de \$9,000, angle Lansdowne et Sunnyside, Westmount, pour R. E. McDonnell, 26 avenue Selkirk.

Résidence (3 plain-pieds) \$5,500, sur la rue Dublin, pour Ant. Filiatrault, 393 chemin Lasalle, Verdun. Les propriétaires accordera des sous-contrats et achètera ses matériaux immédiatement.

Résidence et garage de \$15,000, sur l'avenue Brock, Montréal-Ouest, pour Harry Aird, 152 avenue Wolseley.

Garage de \$1,400, 2462 avenue du Parc, pour A. Laurendeau, 215 rue St-Paul. Le travail sera fait à la journée et le propriétaire est sur le marché pour ses matériaux.

2 plain-pieds de \$5,000, sur l'avenue Old Orchard, pour Georges Paquette, 148 square Georges Etienne Cartier, qui est sur le marché pour les matériaux qu'il lui faut.

Six logements de \$8,000 sur la 1ère Avenue, Verdun, pour Paul Lalonde, 565 chemin Lasalle, Verdun. Le propriétaire accordera des sous-contrats et il est sur le marché pour des matériaux.

Garage de \$1,500 sur la rue St-Dominique, pour J. Finestone, 1275 rue St-Denis.

Fabrique de vêtements, \$30,000, place Phillips, pour L. A. Dubrule, 164 rue McGill.

Deux magasins et 4 plain-pieds, \$15,000, sur la rue Ste-Catherine, Maisonneuve, pour J. Forest, 1395 rue Ste-Catherine Est.

3 logements de \$8,000 sur l'avenue de Lorimier, pour Paul Pepin, 1043 rue Sherbrooke Est. Le propriétaire décidera probablement de faire tout le travail à la journée. La brique, le bois et la quincaillerie ne sont pas encore achetés.

15 plain-pieds de \$15,000, sur la 4ème Avenue, Maisonneuve, pour Alfred Leclair, 168, 4ème Avenue Maisonneuve. Des sous-contrats seront accordés et le propriétaire a besoin de briques plastiques, de bois et de ciment immédiatement.

Résidence de \$9,000, sur l'avenue Westhill, Notre-Dame de Grâce, pour A. C. Shaver, 349 rue Bleury.

Deux résidences de \$6,000 chacune, sur l'avenue Marlow, Notre-Dame de Grâce, pour John Dominique, 360 rue St-Antoine. Le propriétaire accordera des sous-contrats et il achètera ses matériaux.

Restaurant de \$75,000, 290 rue Ste-Catherine, pour Childs Co., New-York City.

Modifications à une édifice converti en club, 76 rue Lagauchetière, pour la Chinese Benefit Society, 97 rue Clarke. L'entrepreneur fera tout le travail à la journée et il achètera les matériaux.

2 résidences de \$4,000 chacune, sur

l'avenue Marsolais, Westmount, pour N. Pigeon, 27 chemin Ste-Catherine. Aucun matériel nécessaire.

3 plain-pieds de \$6,500, sur l'avenue Henri-Julien, pour E. Dubois, 1993 rue St-Hubert. Le propriétaire fera tout le travail à la journée et il achètera tous les matériaux qu'il lui faut.

Quatre résidences de \$6,000 chacune sur l'avenue Monkland, pour James Angus, 314 Côte du Beaver Hall. Le propriétaire accordera probablement des sous-contrats et il est sur le marché pour ses matériaux.

Edifice à fabrique, \$75,000, sur la rue St-Patrice, pour la Dominion Oil Cloth, Ltd., 1192 rue Ste-Catherine Est.

Six logements de \$16,000, sur la 5ème avenue, Maisonneuve, pour la Closse Construction Co., Ltd., 105 rue St-Luc. Des sous-contrats seront accordés prochainement.

Fabrique de pneus en acier et d'accessoires de chemin de fer pour la Canadian Steel Tire & Wheel Co. Vice-président et gérant: F. J. Buller, 222 avenue Wright, Toronto. La compagnie ouvrira des bureaux à Montréal vers le 1er novembre. Elle a été incorporée récemment avec un capital de \$1,000,000.

Modifications à un édifice à fabrique, \$7,500, sur l'avenue Greene, pour la succession P. Laliberté. L'entrepreneur fera probablement tout le travail à la journée.

3 logements de \$6,000, sur l'avenue Woodland, Verdun, pour P. J. Forbre, 445 chemin Lasalle, Verdun. Le propriétaire fera tout le travail à la journée et il achètera les matériaux dont il aura besoin.

2 logements de \$4,000, sur la rue Newmarch, pour Geo. Gill, 430 avenue Rielle, Verdun. Les planchers et la quincaillerie ne sont pas encore achetés.

Modifications à un magasin, \$8,000, pour S. Surprenant, 1411 rue Wellington, Verdun.

## QUEBEC

Bureau de \$3,000, sur la rue du Pont, pour J. L. Lachance, Ltée, rue du Pont.

Fabrique de tabac de \$10,000, 66-74 rue St-Valier, pour la Lemesurier Tobacco Co., 66-74 rue St-Valier. Gérant: Ludger Cantin. Endommagée par le feu. Pertes: \$20,000. On reconstruira bientôt.

Résidence de \$2,500, sur le chemin de Charlebourg, pour A. J. Gagné, chemin de Charlebourg.

## RIVIERE DU LOUP, QUE.

Résidence de \$15,000, pour le Dr A. Landry, dentiste. Architecte: 115 rue St-Jean, Québec.

## SHAWINIGAN-FALLS

Résidence de \$8,000, sur la rue Cartier, pour P. H. Marcotte, rue Cartier

## ST-ADRIEN D'ISLANDE, QUE.

Presbytère de \$10,000, pour la paroisse. Curé: Rév. A. Julien. Le presbytère a été détruit par le feu et l'église endommagée au montant de \$4,000. Pertes: \$10,000. La reconstruction n'est pas encore tout à fait décidée.

## ST-HYACINTHE

Garage de \$15,000, sur la rue Ste-Anne, pour J. C. Drolet, 116 rue St-Antoine. Le travail sera fait à la journée et le propriétaire est sur le marché pour tous les matériaux.



# Le montant souscrit est exempt de l'impôt sur le revenu

**Q**UE vous souscriviez \$50, \$100, \$500 ou \$1,000 ou plus à l'Emprunt de la Victoire 1919, le montant de votre souscription sera exempt de la taxe sur le revenu.

Seul l'intérêt du montant de votre souscription est sujet à la taxe, comme l'intérêt de votre compte d'épargne, de vos prêts hypothécaires ou de vos obligations provinciales, municipales ou industrielles ou de tout autre revenu taxable.

D'autre part sont exemptes de tout impôt sur le revenu:  
Toutes les personnes mariées dont le revenu annuel total, y compris l'intérêt sur les Obligations de la Victoire, ne dépasse pas \$2,000;  
Les célibataires dont le revenu total de toutes sources ne dépasse pas \$1,000;

De plus, toute personne mariée qui a des enfants n'ayant pas atteint l'âge de 18 ans, bénéficie, pour chaque enfant, à sa charge, d'une exemption de \$200 d'impôt sur le revenu.

Dans ces conditions, il est facile de comprendre que l'impôt sur le revenu n'atteint que les personnes qui ont de gros revenus.

**Souscrivez dans toute la mesure de vos moyens à l'**

## **EMPRUNT DE LA VICTOIRE 1919**

*“Chaque dollar sera dépensé au Canada.”*

Publié sous les auspices du Ministre des Finances du Canada par le Comité Canadien de l'Emprunt de la Victoire

# Bas véritable et valeur véritable

**A**UJOURD'HUI plus que jamais auparavant les gens tiennent à la valeur. Les prix élevés ont rendu les acheteurs difficiles, et le marchand qui vend des bas qui ne sont pas aussi bons qu'ils devraient l'être — perd des clients, des profits et sa clientèle.

Voici les raisons pour lesquelles vous devriez prendre en stock les bas Circle-Bar:—

Chaque paire de bas Circle-Bar a des qualités durables exceptionnelles.

Chaque paire de bas Circle-Bar donne à l'acheteur la valeur réelle de son argent.

Chaque paire de bas Circle-Bar est sans coutures, avec talons, bouts, semelles renforcés, et s'ajuste sans le moindre faux pli.

Chaque paire de bas Circle-Bar ramène un client souriant et satisfait et cela veut dire des commandes répétées.

Le bas Circle-Bar donne une longue durée, de la satisfaction et la pleine valeur de l'argent déboursé.

Recommandez et vendez les bas Circle-Bar. Ni vous ni votre client ne commettez une erreur.

BAS



## The Circle-Bar Knitting Co. Limited

KINCARDINE - - ONTARIO



*"Argonne"*

UN  
FAUX-COL  
ARROW

D'UN AJUSTEMENT PARFAIT

CLUETT, PEABODY & CO. OF CANADA, LIMITED

### L. N. MESSIER,

847-851 Mont-Royal Est,

MONTREAL.

Etoffes à robes, merceries, tapis, prélaris, etc.

TEL. ST-LS 3460.

PATRONS BUTTERICK

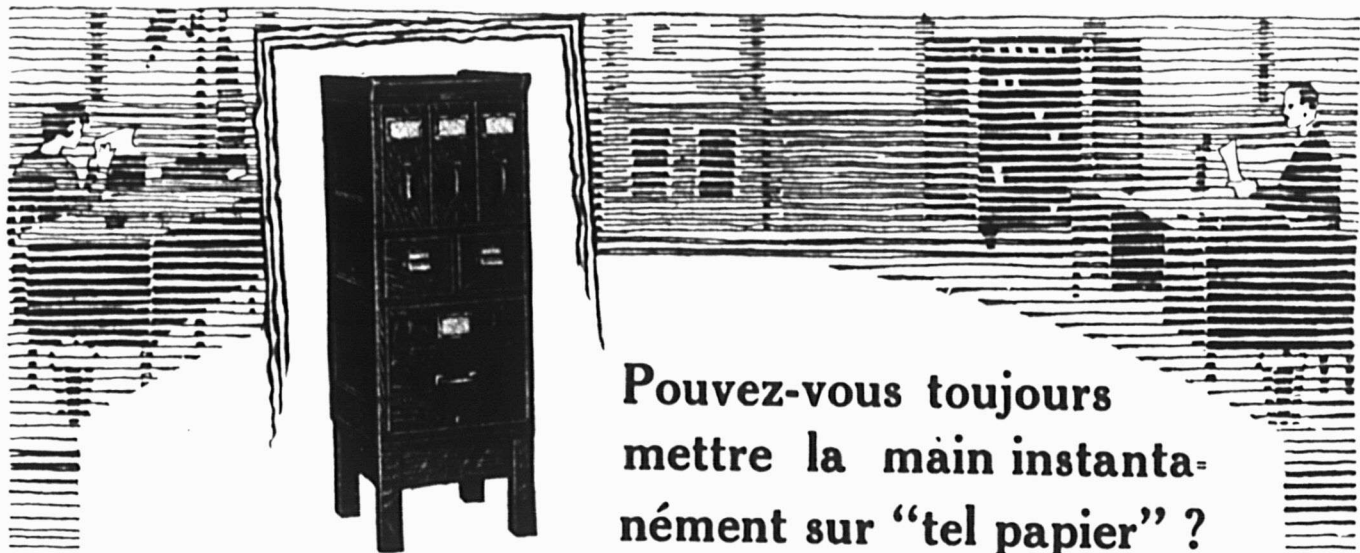
*Si vous éprouvez quelque embarras  
dans vos achats*

**CONSULTEZ**

*les annonces du*

**PRIX COURANT**

*et écrivez aux annonceurs*



## Pouvez-vous toujours mettre la main instanta- nément sur "tel papier" ?

Pouvez-vous toujours mettre la main **instantanément** sur cet important document d'affaires — cette lettre ou ce papier "nécessaire à la minute même" ?

Ou devez-vous tout bouleverser sur votre bureau — ou attendre impatiemment qu'un assistant recherche — probablement sans résultat — dans vos filières ?

Vous savez vous-même combien on peut perdre de temps précieux en suivant l'une ou l'autre de ces deux dernières méthodes dépourvues d'organisation.

Un Classeur à Demi Section "Office Specialty" vous évite toute perte de temps par retards. Près de votre bureau vous gardez cet assistant "toujours-au-travail". Vous y placez les papiers — les comptes, les documents strictement personnels dont vous pouvez avoir besoin à la minute dans votre travail depuis le matin jusqu'au soir.

Si vous avez à faire face au problème de trouver de suite tel ou tel papier à l'instant où vous en avez besoin, écrivez-nous aujourd'hui à notre bureau pour recevoir une brochure descriptive vous disant combien vous pouvez résoudre aisément ce problème.

OFFICE SPECIALTY MFG. CO., LIMITED

Les plus grands fabricants de classe-papiers de l'Empire Britannique.

Bureau: 81 Rue St-Pierre, Montréal.

**OFFICE SPECIALTY**  
FILING SYSTEMS

## Il se Vend à Vue!

### Le Tranche-Aliments "HOME 65"

— parce que vous pouvez facilement démontrer à vos clients que c'est l'article le plus utile qu'ils peuvent avoir dans leur cuisine.

*Maxwell*

Superbement  
fini

Chapeau her-  
métique à l'eau

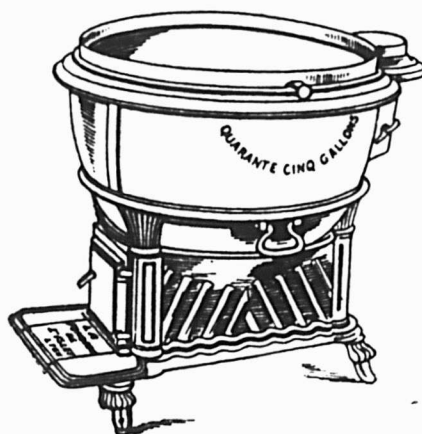
Fait au Canada

Une bonne ligne à men-  
tionner en tout temps.

**MAXWELLS LIMITED**

St. Marys, Ontario

## AUX MARCHANDS DE LA CAMPAGNE



TOUS les cultivateurs ont besoin d'une de nos bouilloires sur leur ferme. Vendez leur une bouilloire garantie par le manufacturier et vous leur donnerez satisfaction. Le fait que nous vendons directement aux marchands nous permet de leur offrir des prix qui leur laissent une bonne marge de profits. Une commande d'essai vous le prouvera. Écrivez aujourd'hui même pour avoir notre circulaire et nos prix.

Fonderie de l'Islet

Limitée

L'ISLET STA., Qué.,  
Canada

## Représentation Demandée

Négociant français accepterait dépôt ou agence, pour tous produits de bonnes maisons canadiennes. Faire offres à:

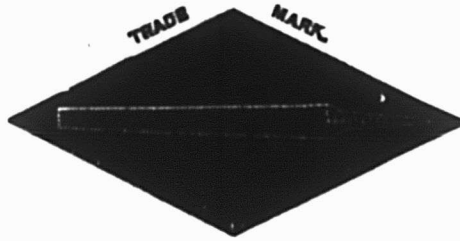
**PAUL DESMAZIERES,**

à Haubourdin, Nord, France.

# FABRIQUE DE LIMES BLACK DIAMOND

FONDEE EN 1863

Douze Médailles de  
Récompense aux  
Expositions  
INTERNATIONALES



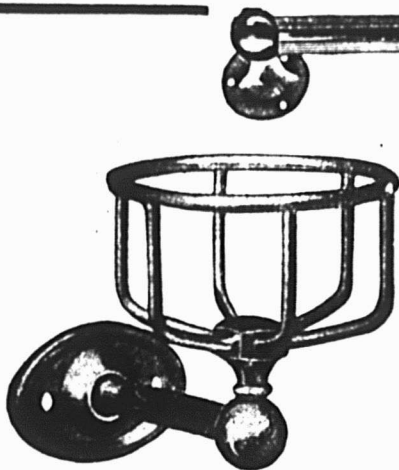
INCORPOREE EN 1895

MEDAILLE D'OR  
Grand Prix Spécial  
Atlanta, 1895.

Catalogue envoyé gratuitement sur demande à toute personne intéressée dans le commerce des limes.

**G. & H. Barnett Company, - Philadelphie (Pe.)**

Propriété exploitée par la Nicholson File Co.



## Garnitures Gendron pour Salle de Bain

D'autres produits Gendron pour écouler votre stock plus rapidement. Assurent de grosses ventes, un bon profit, une clientèle permanente et des commandes répétées. Attirent le client et lui donnent satisfaction.

**THE GENDRON MANUFACTURING COMPANY, Limited**  
rues Duchesse et Ontario, Toronto, Ontario.

**CLEFS (wrenches) FORGÉES AU MARTEAU-PILON  
SUPERIEURES DE WILLIAMS  
POUR TOUS LES USAGES**



**Grandes et petites, courbes et droites, épaisses  
et minces**

40 modèles réguliers avec un choix d'environ 1,000 largeurs d'ouvertures de 3/16 à 7 7/8 pouces. Ecrivez pour avoir la brochure.

**J. H. Williams & Co.**

"LES FABRICANTS DE CLEFS"  
122 RICHARDS ST. BROOKLYN, N.Y.  
Représentants canadiens:  
**THE CANADIAN FAIRBANKS-MORSE CO.**  
MONTREAL et QUEBEC

## Evidemment

Vous admettez que la publicité fait vendre.

La ligne de qualité de  
**LA PEINTURE  
RAMSAY'S**

comporte une bonne provision  
de publicité périodique qui aide  
à tous les marchands progressifs  
qui vendent

*"La Peinture Correcte pour  
Peindre Correctement"*

Notre proposition attrayante ne peut manquer de  
vous intéresser.

**A. Ramsay & Son Company**

Fabricants de Peintures et Vernis depuis 1842  
**TORONTO MONTREAL VANCOUVER**

En écrivant aux annonceurs, mentionnez "Le Prix Courant", s.v.p.



# Fournaises à Air Chaud

Plus que jamais auparavant dans l'histoire du chauffage des maisons, ce problème est sérieusement étudié par le propriétaire et par le locataire. De sorte qu'il est absolument nécessaire que l'entrepreneur qui installe le système de chauffage connaisse parfaitement ce sujet pour préparer intelligemment des estimés, un plan et voir à l'installation des systèmes à air chaud.

Le chauffage à air chaud, lorsqu'il est intelligemment et bien posé, est reconnu par les meilleures autorités comme le système de chauffage le plus hygiénique, le plus pratique et le plus économique.

Nos experts en fait de chauffage, qui consacrent tout leur temps à cette industrie, sont des hommes qui se font gloire de suivre la marche du progrès dans la pose des chauffages à air chaud, et leurs services vous sont offerts gratis chaque fois que vous avez besoin de leurs conseils.

Si vous tenez à garder votre renom comme bon poseur de chauffage à air chaud, voici quelques points vitaux à considérer: toujours recommander la pose des appareils d'un manufacturier en renom dont la garantie accompagne toujours la vôtre; faire l'installation suivant les méthodes les plus modernes, en employant des matériaux de première classe et à un prix vous permettant de faire faire le travail par les meilleurs ouvriers, car alors votre client recevra la pleine valeur de l'argent qu'il dépensera, et vous réaliserez non-seulement un profit qui vous permettra de vivre, mais vous aurez la réputation de faire un travail recommandable et satisfaisant, ce qui ne manquera pas d'ajouter énormément au SUCCES de votre commerce.

**THE McCLARY MANUFACTURING CO.**

23 RUE WELLINGTON, MONTREAL

## Cinquante Années de Succès

Depuis près d'un demi-siècle, les Peintres aussi bien que les Marchands de Quincaillerie ont obtenu la plus grande satisfaction du

### Blanc de Plomb Marque "TIGER"

Cet automne, le Blanc de Plomb Marque "TIGER" est le même que celui que vous avez toujours vendu.

Sa qualité et sa rare bonne valeur seront toujours les meilleures.

La Marque "TIGER" a vu ses ventes augmenter chaque saison. Cette saison il s'en vendra plus que jamais auparavant. Assurez-vous d'en avoir suffisamment en stock et vous pouvez compter sur une saison profitable de ventes de Blanc de Plomb.

**The Montreal Rolling Mills Co.**  
MONTREAL, QUEBEC.

## Qualité d'abord avec les MANCHES DE STILL

Nous faisons une spécialité de la fabrication des manches en bois

LA QUALITE D'ABORD a toujours été notre politique pour tous nos produits.

LES MANCHES DE STILL jouissent dans tout le Dominion d'un renom qui les met au premier rang des articles de vente rapide pour le détaillant.

Partout où l'on demande ce qu'il y a de mieux, les STILL sont en vente.

Il s'en vend plus au Canada que ceux de n'importe quelle autre marque. LES MANCHES DE STILL sont faits avec soin avec des bois canadiens de haute qualité et exceptionnellement résistants: Manches de hache, de pique, de masse et de marteau. Manches Cant, Hook et Peavie. Les MANCHES DE STILL donnent de bons profits au détaillant et une satisfaction parfaite au client.

**J. H. STILL MFG. COMPANY**

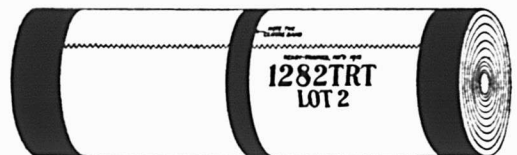
**St. Thomas - - Ontario**

On tient à avoir les

## PAPIERS A TAPISSER STAUNTON

parce qu'ils donnent une toilette nouvelle aux murs de la maison et qu'ils mettent dans chaque pièce un atmosphère de confort et de gaieté. Ces papiers offrent tout ce qu'il y a de mieux en fait de tapisseries avec toutes les qualités au'choix.

### Les Papiers "Tout Rognés" Staunton



se gagnent de nouveaux amis chaque fois qu'ils sont employés et ils attirent des clients nouveaux aux magasins qui les vendent.

## STAUNTONS LIMITED

Fabricants de papiers à tapisser

TORONTO

Salles de ventes à Montréal: Chambre No 310

Edifice Mappin & Webb, 10 rue Victoria.

# Augmentez vos Ventes en tenant la ligne MAPLE LEAF



Le MONARCH, un superbe poêle de famille

Voici un poêle indispensable dans toutes les familles. Vous constaterez qu'il est de vente facile. Il combine la valeur exceptionnelle aux derniers perfectionnements apportés à un poêle. Il est d'un beau modèle uni avec corps en tôle d'acier épaisse, contenant un fourneau parfait avec thermomètre pour l'enregistrement des degrés de la chaleur, un réchaud d'une dimension exceptionnelle, une barre pour les linges de vaisselle, le plus nouveau foyer avec les fameuses grilles Duplex pour brûler du bois ou du charbon. La vente de ce poêle donne un gros profit. Il se vend pour ainsi dire tout seul à cause de sa valeur exceptionnelle, de son prix modéré et de ses améliorations les plus nouvelles.

La campagne de publicité nationale pour le Monarch rend faciles les ventes de ce poêle.  
Ecrivez aujourd'hui même pour avoir un catalogue ainsi que nos prix.

Manufacturé par

**THE BEACH FOUNDRY COMPANY, Limited**

OTTAWA . . . . . CANADA

Distributeurs pour l'Ouest: THE CANADIAN SUPPLY COMPANY, SASKATOON, SASK.

Le Crampon Tapatco donne une prise solide et tient en place les agrafes, longtemps après que le tissu lui-même a été affaibli par l'usure.



Où en est votre stock de gants Tapatco? En tenant la ligne complète, vous pouvez répondre aux besoins de n'importe quel client. Le choix comprend des modèles gantelet, avec poignet en tricot et avec bande dans le haut — bouts en cuir et paume en cuir — couleurs: ardoise et oxford. Demandez-les à votre marchand de gros.

## Une ligne que vous pouvez vendre avec confiance

Les marchands ont de bonnes raisons d'avoir une confiance absolue dans une bourrure à collier de cheval ayant un aussi grand renom parmi les cultivateurs que la ligne Tapatco. Cette ligne a gagné son renom par le "service". Faite de coutil de superbe qualité — avec du rembourrage de composition spéciale faite par notre propre procédé, la Bourrure Tapatco est reconnue comme un article supérieur.

Les marchands constatent que ces bourrures se vendent facilement — surtout lorsqu'ils prennent le trouble d'expliquer à leurs clients qu'en faisant porter à leurs chevaux des Bourrures Tapatco, ils pourront obtenir une plus longue durée du collier lui-même — en leur disant que son usage pourra être continué longtemps après que son usure nécessiterait autrement sa mise au rancart.

**TAPATCO**  
REGISTERED TRADE MARK  
BRAND

THE AMERICAN PAD & TEXTILE  
CO., CHATHAM, ONT.

**BOURRURES**  
à Colliers de Chevaux

38 ans d'expérience dans la fabrication des bourrures.

## LES OUTILS DE BUCHERONS DE PINK

Les outils Etalons dans toutes les provinces du Dominion, en Nouvelle-Zélande, Australie, etc.

Nous manufacturons toutes sortes d'outils de bûcheron — Légers et de Bonne Durée.

TELEPH. LONGUE DISTANCE No 87

Demandez notre catalogue et notre liste de prix.

Vendus dans tout le Dominion par tous les Marchands de ferronnerie en gros et en détail.

The  
**THOS. PINK Co., Limited**

Manufacturiers d'OUTILS DE BUCHERONS

PEMBROOKE

(ONTARIO)



FABRIQUES AU CANADA





## Prix, Calorie et Valeur

Considérez ces trois facteurs et  
vous serez convaincu



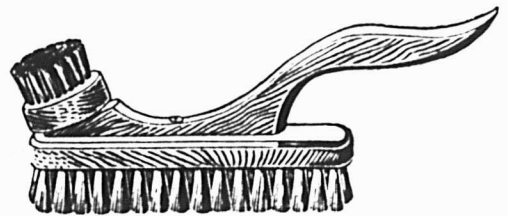
Comme vous le savez, la calorie est l'unité reconnue pour calculer la nutrition que renferment les aliments tout comme la livre l'est pour la pesanteur, la verge pour la longueur. Les Sardines de la Marque Brunswick renferment un plus gros pourcentage de calories que n'importe quel autre poisson en boîtes et leur prix n'est pas plus élevé. Par suite, il est facile pour vous de calculer la valeur des produits de la marque Brunswick. Vous n'avez qu'à vous rappeler que plus haut est le pourcentage des calories pour le même prix, plus grande est la valeur de l'aliment.

# CONNOR BROS., LIMITED

## Black's Harbor, N.-B.



LES  
"SIMMS"



sont les meilleures brosses que demandent vos clients.

Les brosses à plancher qui ne perdent pas leurs brins après leur première semaine d'usage — Les balais qui durent longtemps et balaient aussi bien que lorsqu'ils sont neufs — les pinceaux qui ne laissent pas de soie pour déparer la peinture — toutes les classes et sortes de brosses faites par Simms sont les MEILLEURES BROSSES qui vous conserveront vos clients d'année en année.

Fabriquées dans l'une des plus grandes fabriques du monde, à l'aide des machines les plus dispendieuses et les plus modernes, les brosses de Simms sont vendues non seulement au Canada, mais dans l'univers entier.

Les brosses de Simms ont gagné leur popularité grâce à leur mérite et elles vous donneront un commerce très profitable. Ayez-en toujours en stock. Donnez votre commande aujourd'hui.

# T. S. SIMMS & CO. LIMITED

## Saint-Jean, N. B.

Succursales à MONTREAL, TORONTO, LONDON.



## SCIES ET OUTILS DISSTON

Vendez à un homme des scies et des outils qui lui donneront entière satisfaction — et il se rappellera votre magasin comme l'endroit où il peut avoir un bon service et de bonnes valeurs — et il reviendra chez vous. Les vendeurs de Disston réalisent deux profits lorsqu'ils vendent une scie ou un outil Disston — celui qu'ils font avec la clientèle et les ventes répétées qu'ils obtiennent.

Et cela à cause de la qualité Disston — le résultat de 80 ans de perfectionnement. Comme question de fait, la plus grande partie de la machinerie servant à la fabrication des scies aujourd'hui a été inventée et perfectionnée par Disston. Les fameux aciers à scies et à outils Disston — avec lesquels tous les outils et scies Disston sont faits — ont été perfectionnés et faits entièrement à l'usine Disston.

**HENRY DISSTON & SONS, Ltd., Toronto, Canada**  
Succursale: VANCOUVER, C.A.



**LA SCIE DONT LA PLUPART DES  
CHARPENTIERS SE SERVENT**



## ECROUS

**P**AR suite des demandes que nous avons eues pour des alésoirs et des foreuses tordues, nous avons été obligés d'ériger une troisième usine à trois étages, en béton armé, moderne, éclairée à la lumière du jour, où un personnel nombreux d'experts canadiens fabrique pour vous les fameux alésoirs et foreuses torquées Morrow. Font plus de trous avec le moins d'affutage. Nous pouvons maintenant expédier promptement toute commande.

En gros seulement de F. BACON & CO., agents, Montréal, Qué.

**JOHN MORROW SCREW & NUT CO. LIMITED.**

**INGERSOLL, CANADA.**

## TARAUDS

## CUIVRE

**Barres — Lingots — Plaques**

En stock ou importé

**A. C. Leslie & Co. Limited**  
560 rue St-Paul Ouest, Montréal.

## Feutre et Papier

N'IMPORTE QUELLE QUANTITE

Toitures Goudronnées (Roofing) prêtes à poser, 2 et 3. Papiers de Construction, Feutre à Doubler et à Tapisser, Produits de Goudron, Papier à Tapisser et à Imprimer, Papier d'Emballage Brun et Manille, Toitures en Caoutchouc "Favorite" et "Capitol".

Fabricants du Feutre Goudronné  
"BLACK DIAMOND"

**ALEX. McARTHUR & CO., Limited**  
Bureaux et Entrepôts: 82 Rue McGill, MONTREAL.  
Manufacture de Feutre pour Toiture: Rues Moreau et Forsyth, Montréal. Moulin à Papier, Joliette, Qué.

---



---



---

## COMMUNITY PLATE



La grande campagne de publicité de l'argenterie de la Oneida Community est commencée du 23 octobre. Cette affiche de vitrine vous permettra de faire connaître votre magasin comme un endroit où cette argenterie est en vente et par suite vous pourrez profiter de cette grande campagne de publicité.

**ONEIDA COMMUNITY, Limited,  
Niagara Falls, Ont.**

---



---



---

## LA BANQUE NATIONALE

FONDEE EN 1860

Capital autorisé . . . . . \$5,000,000  
Capital versé . . . . . 2,000,000  
Réserve . . . . . 2,200,000

Notre service de billets circulaires pour 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,

14 RUE AUBER

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

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

## Nova Scotia Steel & Coal Co.

LIMITED  
MANUFACTURIERS

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

Grosses Pièces de Forges, une Spécialité

Mines de Fer—Wabana, Terrebonne.—Mines de charbon. Hauts-Fourneaux, Fours à Réverbère à Sydney Mines, N.-E.—Laminoirs, Forges et Ateliers de Finissage à New-Glasgow (N.-E.).

Bureau Principal: New Glasgow (N.-E.)

## BANQUE PROVINCIALE

DU CANADA

CAPITAL AUTORISÉ . . . . . \$2,000,000  
CAPITAL PAYÉ ET SURPLUS . . . . . 3,000,000  
ACTIF TOTAL: au-delà de . . . . . 31,600,000  
95 Succursales dans les Provinces de Québec, Ontario, Nouveau-Brunswick et de l'île du Prince-Edouard.

CONSEIL D'ADMINISTRATION:

Président: Honorable Sir HORMISDAS LAPORTE, C.P., de la maison Laporte-Martin limitée, administrateur du Crédit Foncier Franco-Canadien.

Vice-Président: W.-F. CARSLY, capitaliste.

Vice-Président: TANCREDE BIENVENU, administrateur Lake of the Woods Milling Co., limited.

M. G.-M. BOSWORTH, président de la "Canadian Pacific Ocean Services Limited".

Honorable NEMESE CARNEAU, C.L., ex-ministre de l'agriculture, Conseiller Législatif de Québec, président de la Cie de Pulpe de Chicoutimi.

M. L.-J.-O. BEAUCHEMIN, président de la Librairie Beauchemin limitée.

M. M. CHEVALIER, directeur général Crédit Foncier Franco-Canadien.

BUREAU DE CONTROLE.  
(Commissaires-censeurs)

Président: l'honorable sir ALEXANDRE LACOSTE, C.R., ex-Juge en chef de la Cour du Banc du Roi.

Vice-Président: L'honorable N. PERODEAU, N.P., Ministre sans portefeuille dans le gouvernement de Québec, administrateur "Montreal Light, Heat & Power Co., Ltd."

M. S.-J.-B. ROLLAND, président de la Cie de Papier Rolland.

BUREAU-CHEF

M. Tancrede BIENVENU,  
Directeur-général.

M. J.-A. TURCOT,  
Secrétaire.

M. M. LAROSE,  
Inspecteur en chef.

M. C.-A. ROY,  
Chef "Bureau des Crédits".

Auditeurs représentant les Actionnaires

M. ALEX. DESMARTEAU, Montréal. M. J.-A. LARUE, Québec.

## OUTILS EN ACIER FORGE

HACHES, MARTEAUX, CLEFS ANGLAISES (WRENCHES)

CANADA

FOUNDRIES & FORGINGS LIMITED

BROCKVILLE, CANADA

## A. BOUCHARD,

Marchand de Bois, Charbon, Foin, Grains et Sable.

GROS ET DETAIL

175 Rue Gonthier, MONTREAL.

Tél. Lasalle 2574

## LACROIX & BOUVRETTE,

Entrepreneurs Electriciens

Manufacturiers de fixtures électriques, polisseurs, placage en nickel, etc. Réparations d'articles en cuivre de tous genres.

2168 Boulevard St-Laurent, MONTREAL.

## BANQUE D'HOCHELAGA

— Fondée en 1874 —

Capital autorisé . . . . . \$10,000,000  
Capital versé et fonds de réserve . . . . . 7,800,000  
Total de l'actif au-delà de . . . . . 67,000,000

— DIRECTEURS: —

Messieurs J.-A. Vallancourt, président;  
l'hon. F.-L. Bélique, vice-président;  
A. Turcotte, E.-H. Lemay, l'hon. J.-M. Wilson,  
A.-A. Larocque, et A.-W. Bonner.  
Beaudry Leman, gérant-général.  
Yvon Lamarre, inspecteur.

SIEGE SOCIAL: MONTREAL (112 rue Saint-Jacques)

Bureau Principal: 95 rue Saint-Jacques

F. G. Leduc, gérant.

115 Succursales et Agences au Canada

— 39 Bureaux de Quartiers —

Tout dépôt D'UN DOLLAR ou plus ouvre un compte à la Banque sur lequel est payé deux fois par année un intérêt au taux de 3% l'an.

La Banque émet des LETTRES DE CREDIT CIRCULAIRES et MANDATS pour les voyageurs, ouvre des CREDITS COMMERCIAUX, achète des traites sur les pays étrangers, vend des chèques et fait des PAIEMENTS TELEGRAPHIQUES sur les principales villes du monde; prend un soin spécial des encaissements qui lui sont confiés, et fait remise promptement au plus bas taux de change.



# FINANCES

## LA NOTE AMERICAINE.

Wall Street est gai. Peut-être cette expression semblera-t-elle naïve à quiconque s'est fait du grand centre financier de New-York une idée de sévérité et de calculs perpétuels. Mais honni soit qui mal y pense, il règne de la gaieté à New-York et cet enthousiasme a été accentué dans le cours de la semaine par la chute du prêt à vue à 4%. En vérité, la situation monétaire ne cause plus de malaise en Bourse, en autant qu'il est maintenant reconnu que les taux élevés observés récemment ont été plutôt le résultat naturel de conditions difficiles qu'une machination contre l'élément spéculatif.

La confiance de la clientèle s'accroît, puisque le spéculateur a la claire vision des événements favorables qui se dessinent déjà au lointain. On ne saurait douter que le travail des professionnels est la cause de l'irrégularité de la cote assez prononcée par intervalles, mais il est par contre encourageant de constater le retour rapide du grand public. Chaque réaction rend plus impétueux le courant d'achats et l'accumulation des valeurs sérieuses se poursuit sans relâche.

On assure dans des milieux bien informés que le marché étant sous une régence sérieuse, il ne pourrait prendre, à un moment donné, une allure dangereuse. Il ne faudrait pas cependant se départir de prudence.

Les moteurs continuent d'accaparer l'attention spéculative. Des rumeurs de toutes sortes circulent à leur sujet. On parle de "mergers", les recettes, dit-on, sont énormes et au-dessus de l'appréciation actuelle; enfin, on ne peut nier que quelques valeurs de ce compartiment enregistrent chaque jour de nouveaux cours de hausse. Les pétroles sont également intéressants. Les aciéries sont achalandées, grâce aux rapports splendides sur cette industrie. Les chemins de fer, encore que lents à prendre part à l'envolée générale, se maintiennent bien et connaîtront certes des jours brillants. Il en est de même des cuivres.

Spéculativement, nous croyons que des facteurs inquiétants pourront impressionner le marché temporairement, mais ses bases fondamentales solides et les perspectives de prospérité pour l'avenir nous portent à espérer que les tendances générales de la cote se maintiendront à la hausse pour quelque temps à venir. — Fairbanks, Gosselin & Cie.

## LE COMMERCE ANGLAIS EN ALLEMAGNE.

Nous lisons dans un journal anglais "The Milling" que la Chambre de Commerce anglaise fondée à Cologne, il y a cinq mois déjà par un groupe de gros commerçants anglais s'est considérablement développée et représente aujourd'hui un capital de trois cent millions de livres sterling. A Cologne se trouvent actuellement entreposés 376 millions et demi de francs de marchandises appartenant aux membres de la Chambre de Commerce et destinées à être vendues aux Allemands. La Chambre de Commerce anglaise de Cologne déclare qu'elle fait oeuvre utile en obtenant des commandes pour les usines de l'Angleterre d'une part et en achetant les produits allemands pour faciliter le rétablissement industriel de l'Allemagne de l'autre, afin de permettre à ce pays de s'acquitter de ses dettes. Il paraît qu'on a traité en deux mois, à Cologne, plus d'affaires qu'en une seule année avant la guerre et l'Angleterre estime qu'il est nécessaire d'avoir de puissantes chambres de commerce en Allemagne pour y travailler de concert avec les autorités militaires et faire face au développement considérable des affaires créé par la reprise des relations économiques avec nos anciens ennemis. Des bureaux spéciaux s'occuperont des questions de fret, de lettres de voitures, des origines, etc... Beaucoup de commerçants anglais ont redouté l'inondation des produits allemands (dumping) mais ce danger sera écarté au moyen d'un bureau de contrôle d'un fonctionnement des plus simples qui régularisera le cours des offres et des demandes, basé sur le prix du shilling et non du mark. D'autre part, l'Angleterre se prépare à envoyer en Allemagne, de grosses quantités de matières premières qui seront manufacturées pour le compte des fabricants anglais, lesquels pourront ainsi faire face à leurs nombreuses commandes, surtout dans la région de Sheffield.

## LE NOMBRE AUGMENTE

Le nombre des souscripteurs à l'Emprunt de la Victoire 1917 fut de 874,331.

Celui des souscripteurs à l'Emprunt de la Victoire 1918 fut de 1,140,057.

Il y a environ sept millions de personnes au Canada. Il n'est pas exagéré de croire que 2,500,000 personnes souscriront à l'Emprunt de la Victoire 1919, car le Canada, débarrassé du cauchemar que lui causait la guerre, est désormais libre de marcher vers ses hautes destinées.

## Assurances et Cartes d'Affaires

**Garantie de Contrat****Entrepreneurs-Contracteurs**

Les Municipalités exigent des Constructeurs de chemins des dépôts de garantie pour la bonne exécution dans un temps déterminé des travaux entrepris. Les propriétaires exigent aussi des Contracteurs des dépôts de garantie de même nature. "La Prévoyance" moyennant une indemnité relativement minime garantit la bonne exécution des obligations de toutes espèces contractées par des Entrepreneurs et leur permet ainsi de faire fructifier des capitaux qui, déposés en garantie, ne leur rapporteraient que l'intérêt modique de la banque.

Pour plus amples renseignements, s'adresser à "La Prévoyance", 189 rue St-Jacques, Montréal. Tél. Main 1628 et 1627.

J. C. GAGNE,  
Directeur-Gérant.

**LA PRÉVOYANCE**

GEO. GONTHIER H.-E. MIDGLY  
Licencié Inst. Comptable. Comptable  
Incorporé.

**GONTHIER & MIDGLY**  
Comptables et Auditeurs  
10 rue St-Frs-Xavier, - MONTREAL  
Téléphone MAIN 3701-9  
Adresse télégraphique: "GONTHLEY"

**\$5,000**

de

protection pour votre maison

+ plus +

**\$50 par mois**

d'indemnité pour vous-même

NOTRE NOUVELLE  
POLICE D'INDEMNITE  
SPECIALE

ne laisse rien au hasard

Demandez-nous des renseignements

CANADA LIFE ASSURANCE  
COMPANY

Bureau principal, TORONTO

La Compagnie d'Assurance

Mutuelle du Commerce

Contre l'Incendie

Actif . . . . . \$1,151,243.57

DEPOT AU GOUVER-

NEMENT . . . . . \$69,660.00

—Bureau principal:—

179 rue Glrouard, Saint-Hyacinthe.

**Bureau Principal**

angle de la rue Dorchester ouest  
et l'avenue Union, MONTREAL.

DIRECTEURS:

J.-Gardner Thompson, Président  
et directeur gérant; Lewis  
Laings, Vice-Président et  
Secrétaire; M. Chevalier; A.-  
A.-G. Dent, John Emo, Sir  
Alexandre Lacoste, Wm. Mol-  
son Maepheron, J.-C. Rim-  
mer, Sir Frédéric Williams-  
Taylor, L.L.D., J. D. Simpson,  
Sous-Secrét.



Maison fondée en 1870

**AUGUSTE COUILLARD**

IMPORTATEUR DE

Ferronnerie et Quincallerie, Verres  
à Vitres, Peinture, etc.

Spécialité; — Poëtes de toutes sortes.

Nos 232 à 239 rue St-Paul

Ventes 12 et 14 St-Amable, Montréal

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, C.A.**

COMPTABLE LICENCIE

(CHARTERED ACCOUNTANT)

Chambres 315, 316, 317, Edifice

Banque de Québec

11 Place d'Armes, MONTREAL

**Assurance Mont-Royal**

Compagnie Indépendante (Incendie)

17 rue St-Jean, Montréal

l'hon. H.-B. Rainville, Président

P. J. Perrin et J. R. Macdonald,  
gérants conjoints.

Main 7059

**PAQUET & BONNIER**

Comptables Liquidateurs, Auditeurs,  
Prêts d'argent, Collection

Chambre 501

120 St-Jacques, MONTREAL.

**L. - R. MONTBRIAND**

Architecte et Mesureur,

230 rue St-André, Montréal.

**Solide Progrès**

Des méthodes d'affaires modernes, soutenues par un record, ininterrompu de traitements équitables à l'égard de ses détenteurs de polices, ont acquis à la Sun Life of Canada un progrès phénoménal.

Les assurances en force ont plus que doublé dans les sept dernières années et ont plus que triplé dans les onze dernières années. Aujourd'hui, elles dépassent de loin celles de toute compagnie canadienne d'assurance-vie.

COMPAGNIE D'ASSURANCE  
**SUN LIFE OF CANADA**  
SIÈGE SOCIAL - MONTREAL

**WESTERN  
ASSURANCE CO.**

Fondée en 1851

Assurances contre Incendie, Assurances Maritimes, d'Automobiles, contre l'Explosion, l'Emeute, la Désorganisation Civile et les Grèves.

ACTIF, au-delà de . . . \$7,000,000.00

Bureau Principal: TORONTO

(Ont.).

W. B. MEIKLE

Président et gérant général

C. S. WAINWRIGHT, Secrétaire

Succursale de Montréal:

61, RUE SAINT-PIERRE

ROBT. BICKERDIKE, gérant

**BRITISH  
COLONIAL**

FIRE INSURANCE  
COMPANY

MONTREAL

Capital Autorisé

\$2,000,000.00

Capital Souscrit

\$1,000,000.00

Capital Versé \$247,015.70

Actif \$1,019,177.68

Passif (Réserve)

\$139,911.62

Théodore Meunier, Directeur

B. A. Charlebois, Sous-Directeur

**GARAND, TERROUX & CIE**

Banquiers et Courtiers

48 rue Notre-Dame O., Montréal.

# ASSURANCES

## L'EMPECHEMENT DE LA PROPAGATION DES INCENDIES

On recommande généralement quatre moyens pour empêcher la propagation des feux, savoir: les mesures préventives, les mesures restrictives, les constructions à l'épreuve du feu et les services d'incendie. Aucun de ces moyens ne saurait à lui seul empêcher une conflagration, et les données disponibles montrent qu'ils ont été presque toujours impuissants.

**Mesures préventives.** — Comme on l'a dit, ces mesures ont pour but de réduire la fréquence des feux. La prépondérance des désastres, provenant de causes triviales et inconnues, semble montrer qu'il sera impossible d'empêcher les conflagrations par des mesures purement préventives. On a déjà dit que sur 20,000 feux un seul atteint les proportions d'un désastre. C'est donc ce seul feu qui devient le problème dont il faut trouver la solution. Si les mesures préventives réduisaient à 100 par année le nombre des incendies au Canada, on ne sait pas si ce seul grand incendie ne serait pas de ce nombre. Cela dépend beaucoup du lieu d'origine et du caractère de son voisinage. Quand une petite maison en bois à Hull, Qué., a commencé à brûler, c'était l'origine de l'incendie de Hull et d'Ottawa. Un pareil feu dans une maison de ferme isolée, à la campagne, aurait eu aussi pour effet de la brûler, mais il n'aurait pas détruit une partie des deux cités. Donc, pour empêcher les conflagrations, les mesures préventives ne doivent pas seulement diminuer la fréquence des feux, mais établir aussi des périmètres pour ceux qui éclatent incidemment.

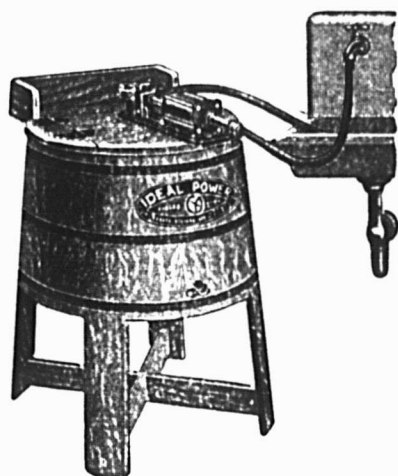
**Mesures restrictives.** — Une cité ou ville canadienne commence ordinairement par un petit groupe de maisons en bois. On s'aperçoit que ces matériaux, si faciles à se procurer et si peu coûteux deviennent trop dangereux. On tâche d'y remédier en établissant des mesures restrictives qui s'appliquent ordinairement à un quartier encombré dans le centre d'une cité ou d'une ville. On interdit dans cet espace la construction des maisons en bois et les toits en bardeaux, et les règlements généraux de la construction sont indifféremment mis en vigueur. En dehors de la zone centrale il y a peu d'exceptions, et les mesures restrictives ne sont que des lignes arbitraires de délimitation. A mesure que la cité ou la ville se développe, les quartiers d'affaires envahissent les quartiers mal bâtis qui l'entourent et les mesures restrictives sont étendues. Essayer d'empêcher la construction de maisons en bois à présent revient à interdire la création d'un état de choses qui existe déjà. Exiger la construction de maisons de brique dans les quartiers où il y a des habitations en bois, n'est pas en

soi une protection contre les conflagrations. Bien que les briques soient des matériaux ininflammables, il s'ensuit que les murs qui restent debout sont aussi inutiles que les cendres qu'un mur en bois.

**Constructions à l'épreuve du feu.** — Nos municipalités commencent, mais lentement, à se rendre compte et à rendre obligatoires les choses essentielles à la bonne construction, au moins dans les quartiers encombrés. Plusieurs villes revisitent à présent leurs règlements de construction ou en formulent des nouveaux. C'est bon signe, car cela montre que les feux récents nous ont donné des leçons utiles. Une cité qui a de bonnes maisons réduit les dépenses d'entretien, assure une plus longue durée, abaisse le coût de ses services d'incendie et le minimum de la prime d'assurance, et assure le maximum de sécurité pour la vie et la propriété de ses habitants. Malheureusement, chaque cité a hérité de constructions défectueuses, résultat de ses années d'imprévoyance. Ces maisons sont des sources d'incendies, et l'on ne saurait résoudre le problème par la mise à exécution des règlements d'édifices ignifuges. Les vieilles maisons constituent une menace pour les neuves qui, en conséquence, exigent une construction superlative pour résister aux feux de voisinage. Le type de construction "ignifuge," dont les planchers sont incombustibles, y compris les toits et les murs, est aussi incapable de résister à l'atteinte d'une conflagration qu'une maison en brique ordinaire recouverte d'un bon toit. Les flammes d'un incendie sont souvent poussées dans le sens horizontal, et un édifice "ignifuge" sur son passage, comme l'ont prouvé plusieurs grands feux, n'est qu'une grille qui retient le contenu en suspens pour être détruit librement. L'ameublement constitue le gros de la perte, et plusieurs expériences ont démontré que nul édifice ne peut résister à l'intensité de la chaleur produite par la destruction d'une grande quantité d'effets. Avant le grand incendie de Baltimore, on prétendait communément que l'ameublement d'une maison construite avec des matériaux "ignifuges" était en sûreté contre les feux extérieurs. Les compagnies d'assurance elles-mêmes considéraient qu'un certain nombre d'édifices à l'épreuve du feu, dans un quartier quelconque, le rendaient indemne, grâce à la résistance offerte à la propagation du feu. Baltimore, San Francisco et d'autres villes ont démontré péremptoirement que ces opinions étaient erronées. Les points faibles en tout cela étaient les fenêtres sans protection. Ces ouvertures sont les moyens adoptés depuis des générations, pour introduire de l'air et de la lumière; à l'intérieur; il y a lieu de les perfectionner, et la chose est très désirable. Mais, jusqu'à présent, les remplacer ou les rendre inattaquables par l'incendie est un problème irrésolu. Aussi longtemps que l'on n'aura pas découvert un moyen de remédier à cette difficulté, on ne devra pas regarder un édifice "ignifuge" comme sûreté contre le feu.



# L'“IDEAL”



“La Machine qui marche  
toute seule”

est la lessiveuse actionnée par l'eau sur laquelle on peut compter pour avoir un service long et satisfaisant, lorsque l'on peut avoir la pression d'eau requise.

Le moteur est simple de construction, n'ayant pas de parties délicates susceptibles de se détraquer. Il est fort et rapide, et avec du soin il durera des années.

Chaque moteur est éprouvé avec soin avant de partir de la fabrique.

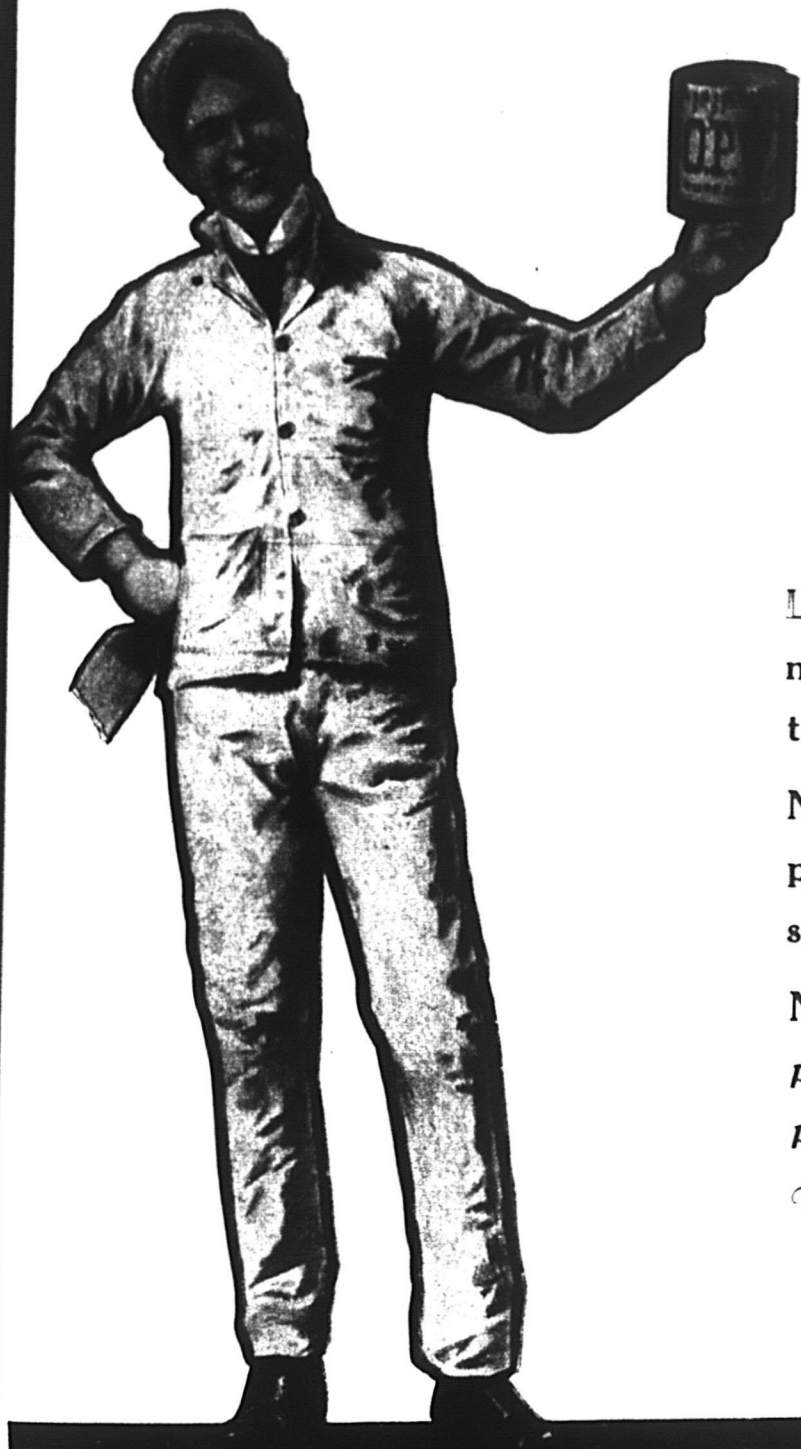
Dans la fabrication de l'“Idéal” — moteur, cuve et autres parties — le meilleur matériel est employé par des ouvriers d'une grande habileté, de sorte qu'une fois la lessiveuse finie elle approche autant de la perfection qu'il est possible de le faire.

## Dowswell, Lees & Co., LIMITED

Représentant: JOHN R. ANDERSON

36-38 Rue St-Dizier, - - - MONTREAL, P. Q.



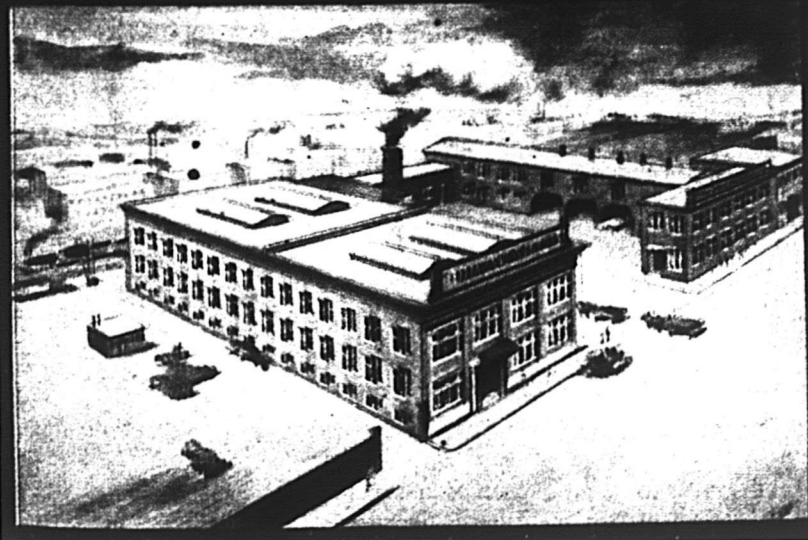


Sauvez la surface  
et  
Vous sauvez tout

La saison d'automne, plus que n'importe quelle autre, est le bon temps pour peindre.

Nous sollicitons de nouveau votre patronage sur la base du mérite seulement.

Nos produits ne sont pas faits pour être vendus à un certain prix mais d'après un étalon de qualité!



**OTTAWA  
PAINT  
WORKS  
LIMITED**

OTTAWA,  
Canada.



Les agents Brandram-Henderson peuvent vous vendre une peinture pour toutes les fins. Peu importe la peinture qu'il faut à votre client, il y a un produit B-H de haute qualité qui fera son affaire.



La ligne B-H est complète, c'est une ligne de produits de qualité supérieure et une ligne valant la peine que l'on demande des renseignements à son sujet.



Toute demande d'informations de votre part ne vous engagera en aucune manière.



"Sauvez la surface et vous sauvez tout."  
Peinture et Vernis.

# BRANDRAM-HENDERSON LIMITED

MONTREAL

HALIFAX

ST. JOHN

TORONTO

WINNIPEG

MEDICINE HAT

CALGARY

EDMONTON

VANCOUVER