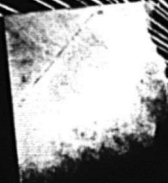




PRIX COURANT



Fondé en 1887.

MONTREAL, VENDREDI, LE 3 OCTOBRE 1913

Vol. XLVI—No. 40



L'article qui procure les plus fortes ventes.

En vente partout.

J. M. DOUGLAS & CO., MONTREAL.

Agents Canadiens.

MAISON FONDÉE EN 1857.

Desirez-vous Augmenter Votre Chiffre d'Affaires?

Tout homme actif, quel que soit son genre de Commerce, doit rechercher les moyens de le rendre chaque jour MEILLEUR. Le meilleur moyen d'obtenir ce résultat, c'est d'attirer et de retenir la clientèle en tenant des marchandises de tout premier ordre. En tenant et
 ∴ ∴ recommandant les ∴ ∴



ESSENCES CULINAIRES

ET

VERNIS A CHAUSSURES

DE

: : J O N A S : :



vous êtes en mesure d'offrir à vos clients des articles établis pour créer une bonne impression en faveur de votre magasin, parce qu'il donnent toujours des résultats satisfaisants. Ils sont le prototype de l'excellence et sont toujours hautement appréciés. ∴ ∴ ∴ ∴

Si vous voulez attirer et retenir la clientèle, vendez les

PRODUITS DE

HENRI JONAS & CIE

FABRICANTS.

Maison Fondée en 1870.

389 et 391 rue St-Paul, - - - Montréal.

Les Pois Qui Plaisent au Palais!



¶ Au lieu de vendre des Pois Etrangers pour satisfaire à la demande de pois de qualité supérieure, achetez des pois des marques "Sweet Wrinkle" et "Early June".

¶ Ce sont les lignes qui aideront à augmenter la demande de pois de qualité supérieure et qui donneront à vos clients plus de satisfaction et vous rapporteront plus de profit.

¶ La couleur claire éclatante, qui est si remarquable dans les Pois Etrangers, est produite par une matière chimique; ceci non-seulement détruit la vraie saveur des pois, mais est aussi pernicieux pour le système humain.

¶ Les Pois de la Dominion Cannery, ne sont adulterés d'aucune façon, on n'emploie aucun colorant chimique, ils gardent toute la saveur naturelle des pois fraîchement cueillis et soigneusement choisis, mis en boîtes quelques heures après leur arrivée du lieu de culture.

¶ Cela vous rapportera d'étudier de près la question des pois et de vous rendre compte, pour votre propre satisfaction, de la grande marge de profit que vous vous assurerez, en vendant les pois de *qualité supérieure*.

¶ Si vous nous écrivez, nous vous donnerons des renseignements complémentaires au sujet des "Pois".

Dominion Cannery, - - Limited
Hamilton **Ontario**





CROWN BRAND CORN SYRUP

Le Sirop de Blé d'Inde Marque CROWN.

Voici la saison pour la Marque
CROWN.

M. l'Épicier—

Le Sirop de Blé d'Inde Marque
CROWN favorise la croissance
des enfants.

Vendez le Sirop Marque
CROWN dont on fait des tar-
tines pour les enfants.

Vendez-le pour qu'on l'emploie
en poudings, pâtés et autres
mets délicats.

On peut faire de délicieuses
sucreries avec le Sirop Marque
CROWN.

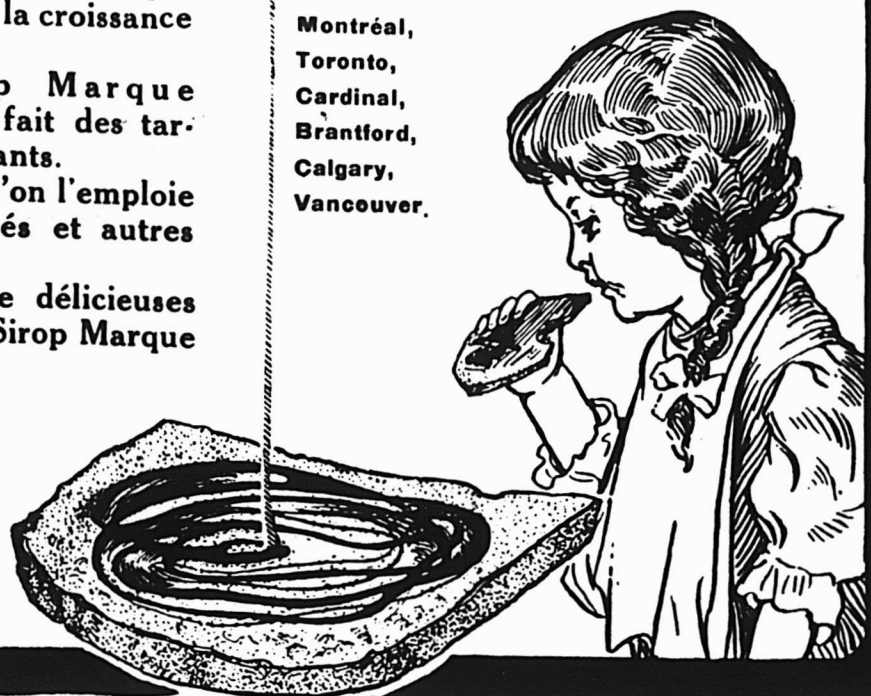
Il y a plus de 50 années de répu-
tation derrière la Marque CROWN.

En avez-vous assez sur vos ta-
blettes ?

THE CANADA STARCH CO.,
LIMITED.

Manufacturiers des
MARQUES EDWARDSBURG.

Montréal,
Toronto,
Cardinal,
Brantford,
Calgary,
Vancouver.



PRIX COURANTS

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

WALTER BAKER & CO., LTD.



La lb.
 Chocolat, Prime No 1, bte 12 lbs., pains de ½ lb. et ¼ lb. 0.34
 Chocolat à la Vanille, bte de 6 lbs. 0.44
 German's Sweet, ½ s. et ¼ bte de 6 lbs. 0.26
 Breakfast Cocoa, bte de 1/5, ¼, ½, 1 s., 12 lbs. to box et 5 lbs. tins. 0.39
 Chocolat sucré, cinquième bte 6 lbs. pains de 1/5 lb. 0.21
 Chocolat sucré, Caracas, bte de 6 lbs. 0.32
 Falcon Cocoa (Soda chaud ou froid), btes de 12 lbs., 1 lb. tins. 0.34

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

BRODIE & HARVIE, LIMITED.

Farines préparées de Brodie La doz.
 Red XXX ppts de 6 lbs. 3.10
 Red XXX ppts de 3 lbs. 1.60
 Crescent ppts de 6 lbs. 2.90
 Crescent ppts de 3 lbs. 1.50
 Superb ppts de 6 lbs. 2.70
 Superb ppts de 3 lbs. 1.40
 Buckwheat ppts de 3 lbs. 1.60
 Buckwheat ppts de 6 lbs. 3.10
 Griddle-Cake ppts de 6 lbs. 3.10
 Griddle-Cake ppts de 3 lbs. 1.60
 Cartons contenant ½ doz. paquets de 6 lbs. ou 1 doz. paquets 3 lbs., sans charge extra.

L. CHAPUT, FILS & CIE, Montréal.

Thé Noir Ceylan "Owl"
 No 5, 1 lb. 30 lbs. par cse
 No 5, ½ lb. 30 lbs. par cse
 No 10, 1 lb. 30 lbs. par cse
 No 10, ½ lb. 30 lbs. par cse
 No 15, 1 lb. 30 lbs. par cse
 No 15, ½ lb. 30 lbs. par cse
 No 30, 1 lb. 30 lbs. par cse
 No 30, ½ lb. 30 lbs. par cse
Thé Vert Ceylan "Owl"
 No 5, 1 lb. 30 lbs. par cse
 No 5, ½ lb. 30 lbs. par cse
 No 10, 1 s. 30 lbs. par cse
 No 10, ½ s. 30 lbs. par cse

CHURCH & DWIGHT Soda Cow Brand



Caisse, 60 paquets de 1 lb., \$3.00.
 Caisse, 120 paquets de ½ lb., \$3.00.
 Caisse, 30 ppts. 1 lb. et 60 ppts. ½ lb., \$3.00.
 Caisse de paquets de 5c, contenant 96 paquets, \$3.00.

CIE. CANADIENNE DES PRODUITS AGRICOLES Montréal

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

WILLIAM CLARK Montréal

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

Compressed Corned Beef
 Lunch Ham 2s 3.75
 Lunch Ham 1s 2.25
 Ready Lunch Beef 2s 3.50
 Geneva Sausage 1s \$2.25 2s 3.75
 English Brown 1s 2.50 2s 4.25
 Boneless Pigs Feet 1s 2.10 2s 3.50
 Sliced Smoked Beef ½s 1.50 1s 2.50
 Roast Beef 1s 2.25 2s 3.75
 Ready Lunch Loaves, Veau
 Jambon, Boeuf, assortis ½s 1.60
 Ditto 1s 2.75
 Boeuf Bouilli 1s 2.25
 Boeuf Bouilli 2s 3.75
 Boeuf Bouilli 6s 13.00



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



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

LA MACHINE A 10 TOUCHES

Dalton

EST RECONNUÊ ETRE

SANS RIVALE

POUR LES

**Additions,
 Soustractions,
 Divisions
 et Multiplications.**

Demandez notre catalogue, ou venez nous voir.

CIE. DALTON

12 Edifice Coristine

MONTREAL

Telephone: MAIN 1346

LES PLANCHES A LAVER DE CANE

Amènent les affaires.

Elles donnent toujours entière satisfaction à l'acheteur, parce qu'elles sont bien faites avec les matériaux les plus durables.



Nous fabriquons ces planches à laver en 13 divers modèles et qualités pour répondre à toutes les demandes. Chaque genre est le meilleur qu'on puisse se procurer pour le prix.

Ecrivez-nous, pour avoir notre catalogue en français des articles en bois, de 'Cane', pour le jour du lavage.

**THE WM. CANE & SONS CO., LIMITED.
 NEWMARKET, ONT.**

| | | |
|-------------------------------------|--------|-------|
| Pork and Beans, boîtes hautes Plain | 3s | 1.35 |
| Pork and Beans, sauce Chili | 1s | 0.60 |
| Pork and Beans, sauce Chili | 2s | 0.95 |
| Pork and Beans, sauce Chili | 3s | 1.15 |
| Ox tongue | 1½s | 9.00 |
| Ox tongue | 2s | 10.00 |
| Ox tongue | 2½s | 11.00 |
| Jellied Veal | ½s | 1.50 |
| Jellied Veal | 1s | 3.00 |
| Jellied Veal | 2s | 3.75 |
| Gelées de Bouillon | 2s | 3.50 |
| Gelées de Bouillon | 6s | 11.00 |
| Potted Meats | La lb. | |

| | | |
|------------------------------------|----|------|
| Ham, Tongue, Beef and Veal, ½ 0.50 | ½s | 1.00 |
| Tongue, Ham and Veal, pâté | ½s | 1.20 |
| Pâtés de Foie | ½s | 0.90 |
| Pâtés de Foie | ½s | 1.35 |

| | | |
|--|---------|------|
| Soupes | La doz. | |
| Chicken | pts | 1.10 |
| Mulligataknay, Oxtail, Kidney Tomato, Vegetable, Mock Turtle, Consommé, Pois | pts | 1.00 |
| Mince Meat | La doz. | |
| (Tins fermées hermétiquement.) | | |
| 1s \$1.25, 2s 1.95, 3s 3.00, 4s 4.00, 5s 5.00 | | |

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

J. M. DOUGLAS & Co.,
Montréal.



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

WM. H. DUNN,
Montréal.

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

BORDEN MILK CO., LIMITED,
Montréal.

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

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

Conditions: Net 30 jours, sans escompte.



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



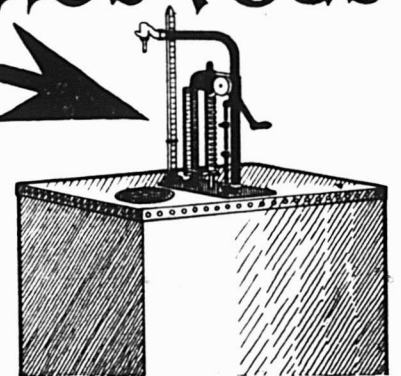
Lait condensé. La cse
Marque Eagle, 4 doz., chaque 6.00
Marque Gold Seal, doz., chaque 5.25
Marque Challenge, 4 doz., chaque 4.75

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

Quel PROFIT faites-vous



sur l'huile ?



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

S. F. BOWSER & COMPANY, Inc.

66-68 Avenue Frazer,

TORONTO, Ont.

Etabli en 1885

Bureaux dans toutes les villes et représentants partout.

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

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

**QUAND UN ARTICLE PORTE
CETTE MARQUE,**



**Vous pouvez avoir
Confiance en sa Qualité**

United Shoe Machinery Company of Canada

Montréal, Qué.

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

CANADIAN FAIRBANKS-MORSE CO., LIMITED.

Montréal.



"Paos" ("Le savon qui nettoie").

Par douzaine de boîtes 0.80

Yankee Cleaner.

- Boîte de 1 gallon \$1.00
- Boîte de 1/2 gallon 0.60
- Boîte de 1 pinte 0.32
- Boîte de 1 chopine 0.20

Dix pour cent d'escompte sur toute commande de douze boîtes assorties.

THE CANADA STARCH CO., Ltd.,
Manufacturière de marques Edwardsburg.

- | | |
|---|---------------|
| Empois de buanderie. | La lb. |
| Canada Laundry Starch (caisse de 40 lbs.) | 0.06 |
| Canada White Gloss (caisse de 40 lbs.) paquets de 1 lb. | 0.06½ |
| Empois No 1, Blanc ou Bleu (caisses de 48 lbs.), boîtes en carton de 4 lbs. | 0.07 |
| Empois No 1, Blanc ou Bleu (caisses de 48 lbs.), boîtes en carton de 3 lbs. | 0.07 |
| Kegs No 1 d'Empois Blanc No 1 (caisse de 100 lbs.) | 0.06½ |

- | | |
|--|-------|
| Barils No 1 (200 lbs.) | 0.06½ |
| Edwardsburg Silver Gloss, paquets chromo de 1 lb. (30 lbs.) | 0.07½ |
| Empois Silver Gloss (48 lbs.) en canistres de 6 lbs. | 0.08 |
| Empois Silver Gloss en boîtes à coulisse de 6 lbs. | 0.08 |
| Kegs Silver Gloss, gros cristaux (100 lbs.) | 0.07 |
| Benson's Satin (28 lbs.) boîtes en carton de 1 lb., étiquette chromo | 0.07½ |
| Benson's Enamel (eau froide) (40 lbs.) la caisse | 3.00 |
| Benson's Enamel (eau froide) la caisse (20 lbs.) | 1.50 |
| Casco Potato Flour (20 lbs.) Celluloid. | 0.10 |
| Boîte contenant 45 boîtes en carton, par caisse | 3.60 |
| Empois de cuisine. | |
| W. T. Benson & Co.'s Celebrated Prepared Corn (40 lbs.) | 0.07½ |
| Canada Pure Corn Starch (40 lbs.) (Boîte de 20 lbs. le en plus) | 0.06 |

ELIE CHARBONNEAU

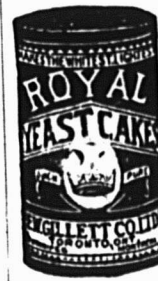
Marché Bonsecours

Montréal

- | | | |
|-----------------------------|--------|--------|
| Bananes | \$2.25 | \$2.50 |
| Citrons, la caisse | | 3.00 |
| Tomates | | 0.75 |
| Choux nouveaux, la douzaine | | 0.50 |
| Patates, par 80 lbs. | | 1.00 |
| Prunes Cal., la caisse | | 2.50 |
| Pêches | | 1.25 |
| Oranges navel | | 3.75 |
| Concombres, la douzaine | | |
| Pommes nouvelles, la boîte | | 1.25 |
| Pruneaux panier | | 0.50 |
| Pêches, panier | | 0.80 |
| Poires, la caisse | | 4.00 |

E. W. GILLETT COMPANY LIMITED

Toronto. Ont.



4713.— Les prix cotés dans cette liste sont pour marchandises aux points de distribution de gros dans Ontario et Québec, excepté là où des listes spéciales de prix plus élevés sont en vigueur, tous sont sujets à varier sans avis.

Levain en Tablettes "Royal."

Boîtes 36 paquets à 6c. la boîte \$1.15

Lessive en Poudre de Gillett.

La case

4 doz. à la caisse \$3.50

3 caisses 3.40

5 caisses ou plus 3.35

Poudre à Pâte "Magic"

Ne contient pas d'alun.

La doz.

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



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

Profits et Livres

Chaque fois que vous vendez quoi que ce soit à votre comptoir, la justesse de vos balances détermine votre profit ou votre perte. Il vaut mieux pour vous ne pas avoir de balance du tout que d'en avoir une inexacte, car les erreurs qu'elle vous fait commettre vous causeront bien des ennuis. Si la pesée est trop légère, vos clients mettront en doute votre honnêteté et vous perdrez leur clientèle. Si la pesée est trop lourde vous perdrez de l'argent à partir du jour où vous commencerez à vous en servir.



FAIRBANKS

"Les balances qui ont rendu le pesage juste."

Elles sont manufacturées depuis plus de 80 ans et ont une réputation internationale pour la justesse et la durabilité. Les Balances Fairbanks ont été adoptées par les gouvernements des Etats-Unis, du Canada et étrangers et sont universellement employées dans presque tous les cas où l'exactitude des poids entre en ligne de compte pour réaliser des bénéfices. La Balance Transportable illustrée ici est notre type étalon pour la pesée de tous les genres de marchandises générales. Comme pour toutes les Balances Fairbanks, toutes ses parties sont fabriquées au moyen des meilleurs matériaux; les supports et pivots sont en acier finement trempé. On les livre avec ou sans roues. Diverse grandeurs, pesant de 400 à 2,500 livres. Ecrivez pour avoir notre Catalogue et nos prix.

THE CANADIAN FAIRBANKS-MORSE CO., Limited.
444, rue St-Jacques, MONTREAL.

'EASIFIRST'

SHORTENING

EXCELS

ALL OTHERS

CHEZ TOUS LES EPICIERS.

GUNN, LANGLOIS & CIE, Limitée

Agents pour Montréal et la province de Québec.

Pris adroitement et mis en boîtes juste où on les prend

Les fabricants de conserves de Haddies en boîtes marque "Thistle" viennent d'améliorer encore leurs procédés pour la mise en boîtes de leur produit en adoptant une boîte sans joints, hygiénique. Ces boîtes contiennent $\frac{1}{2}$ lb. ou 1 lb. et sont ornées d'étiquettes particulièrement attrayantes.

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

Les Haddies Marque "THISTLE"

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

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

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

ARTHUR P. TIPPET & COMPANY,
MONTREAL Agents TORONTO



Dites cela avec conviction

"Madame, voici le meilleur sel de table que nous vendons — Il est toujours propre, sec et fin — il ne se pétrifie pas — Il glisse facilement de la salière et donne aux aliments la saveur exacte qu'ils doivent avoir.

Sel de Table WINDSOR

est le seul qui se puisse employer pour la cuisine ou la pâtisserie — La pâte devient croustillante et floconneuse sans laisser aucune "trace d'arrière-goût amer".

Son emploi vous démontrera que c'est le meilleur sel.

THE CANADIAN SALT COMPANY LIMITED
WINDSOR ONTARIO

PANIERS et MANNES en OSIER

LES PLUS BAS PRIX COMMERCIAUX
ET PROMPTE LIVRAISON GARANTIE.

Assortiment complet des Célèbres Brosses et Balais de BOECKH. Nous sommes heureux d'exhiber un assortiment très considérable d'Echantillons.

Conseils d'Experts au sujet du Choix des Lignes se Vendant le Mieux.

Venez, Ecrivez ou Téléphonnez pour avoir notre Liste de Prix.

The Harold E. Smith Sales Co.

Agents de Ventes et Distributeurs

130. RUE CRAIG EST

(Deux Portes à l'Ouest de l'Hôtel des Postes)

MONTREAL

Saindoux Composé

LAING'S

Reconnu comme le meilleur
sur le marché.

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

Son Prix est raisonnable.

MATTHEWS-LAING LIMITED

Rue Mill, . . . MONTREAL.

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



No 3 caisse
 30 ppts. de 1 lb. } 2.85
 et 60 ppts. de ½ lb. }
 5 caisses 2.75



No. 5 caisse
 100 ppts. de 10 oz. 2.90
 5 caisses 2.80

Crème de Tartre de "Gillett" *La cas*
 ½ lb. ppts. (4 doz. dans la caisse) \$1.00
 ¼ lb. ppts. (4 doz. dans la caisse) 2.00

La cas
 4 doz. ppts, ½ lb. { assor- } \$8.00
 2 doz. ppts, ½ lb. { tis. } *La*

½ lb. canistres rondes, avec couvercles fermant à vis (4 doz. dans la caisse) 2.20

1 lb. canistres rondes, avec couvercles fermant à vis (3 doz. dans la caisse) 1.10

La cas
 5 lb. canistres carrées (½ doz. dans la caisse) 0.40

10 lb. boîtes en bois 0.30

25 lb. seaux en bois 0.30

100 lb. barils 0.28

480 lb. barils 0.29

N. K. FAIRBANK COMPANY LIMITED
 Montréal



Prix du Saindoux Composé, Marque BOAR'S HEAD. F. O. B. Montréal.
 Tinettes 60 lb. 0.11
 Tierces 0.10

Seaux en bois, 20 lbs. 0.11
 Chaudières, 20 lbs. 0.11
 Caisses, 3 lbs., 20 à la caisse 0.11
 Chaudières, 5 lbs., 12 à la caisse 0.11
 Caisses, 10 lbs., 6 à la caisse 0.11



Prix du Saindoux Composé, Marque EASIFIRST
 Tinettes 60 lb. 0.11
 Tierces 0.11

Seaux en bois, 20 lbs. 2.34
 Chaudières, 20 lbs. 2.34
 Caisses, 3 lbs. lb 0.12
 Caisses, 5 lbs. lb 0.12
 Caisses, 10 lbs. lb 0.12
 Pains moulés d'une livre 0.12

IMPERIAL TOBACCO CO. OF CANADA, LIMITED.

Cigarettes *Le 1,000*
 Athlete 8.50
 Bouquet, boîte 350, par boîte 5.75
 Calabash 11.00
 Columbia (tout tabac) 11.00

Coronet 18.50
 Dardanelles (Turques) bouts unis 12.25
 Dardanelles (Turques) bout liège ou argent 12.50
 Derby, boîte de 600, la boîte 4.00
 Empire Navy Cut 8.00
 Fatima 10.00
 Guinea Gold 8.00
 Gloria 5.75
 Gold Crest 6.00
 Hassan (Turques) 8.50
 Imperial A. A. 27.00
 Imperial A. A. 1 35.00
 Mecca (Egyptiennes) 8.50
 Mogul (Egyptiennes) bouts unis 12.00
 Mogul (Egyptiennes) bouts en liège 12.00
 Murad (Turques) bouts unis 12.00
 New Light (tout tabac) 8.50
 Niobe (Turques) 8.00
 Old Chum 8.00
 Old Gold 6.30
 Pall Mall (format ordinaire) 18.50
 Pall Mall (format royal) 25.00
 Players' Navy Cut 8.20
 Richmond Straight Cut 11.00
 Sweet Caporal 8.50
 Sweet Sixteen 5.75
 Sub-Rosa (tout tabac) 8.50
Cigarettes importées. Le 1,000
 Capstan (douces et medium) 12.00
 Capstan, boîtes de 10 avec porte-cigarettes 12.50
 Soussa (importées du Caire, Egypte), extra fine No 25 20.00
 Extra fine No 30 23.00
 Khedivial 30.00
 Three Castles, boîtes de ferblanc, 50 s. et boîtes de carton 10 s. 15.00
 Three Castles, boîtes de fantaisie 16.00
Tabac à Cigarettes. La lb.
 B. C. No 1, 1/12 s. 1.02

Pur **Digne de confiance**



N'hésitez pas

à emmagasiner et recommander le

SODA A PATE "COW BRAND"

Il est remarqué pour sa force, sa pureté, et le fait qu'il est digne de confiance ; c'est un des grands favoris de la cuisinière.

Examinez vos stocks.

Commandez-en à votre fournisseur en gros.

CHURCH & DWIGHT LIMITED
 Manufacturiers MONTREAL

CONNAISSEZ-VOUS TRISCUITS ?

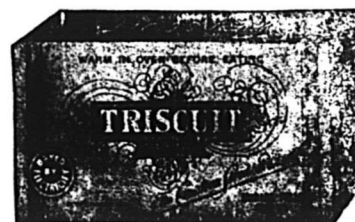
Si vous ne le connaissez pas, emportez chez vous une boîte de cette galette de SHREDDED WHEAT, faites-la cuire dans le fourneau pour lui rendre son croustillant, puis mangez-la chaude et croustillante, avec du beurre, du fromage mou ou des marmelades. Elle possède toute la matière reconstituante du grain de blé entier, rendu facile à digérer par la cuisson à la vapeur, la manière dont il est haché et cuit au four. Si vos clients aiment Shredded Wheat Biscuits au déjeuner, ils auront certainement du goût pour Triscuit comme mets de déjeuner ou de tout autre repas. Essayez-le avec du cacao chaud, du lait malté, ou autres breuvages.

THE CANADIAN SHREDDED WHEAT CO., LTD.

NIAGARAFALLS, Ont.

Bureau à Toronto :

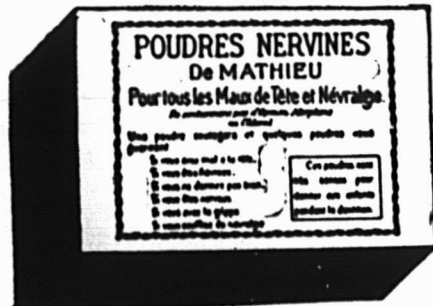
49, rue Wellington Est.



La campagne de publicité qui se poursuit actuellement assure aux marchands qui tiennent

LES POUDRES NERVINES DE MATHIEU

une vente rapide et de bons profits. Quelle que soit la cause des maux de tête, il n'y a pas de remède qui atteigne le siège du mal aussi rapidement et avec autant d'efficacité que les Poudres Nervines de Mathieu.



Essayez vous-même les Poudres Nervines de Mathieu à nos frais, au moyen du coupon ci-joint, si vous ou quelqu'un de votre famille souffrez de maux de tête.

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

LA CIE J. L. MATHIEU,
Propriétaire.
Sherbrooke, . . . P. Q.

MM. L. Chaput, Fils & Cie., Limitée.
Dépositaire en Gros Montréal, P. Q.

Nom

De

(Nom de la maison de commerce).

Rue

Ville ou village

Province



Pour Vous Rapprocher



En dehors de la visite personnelle et d'une conversation intime avec votre client ou votre associé, le Téléphone à Longue Distance vous met en relation plus intime que n'importe quel autre mode de communication !

Quelques minutes de conversation par téléphone ont souvent plus de portée qu'une douzaine de lettres d'explications.

Essayez le mode de conversation — demandez les tarifs du Téléphone à Longue Distance !



La Compagnie Canadienne du Téléphone Bell.

Le JAPON est le seul pays producteur de THE au monde qui prépare un thé pur, et il est le premier au monde qui condamne la pratique de la coloration des THÉS.

St. Lawrence Sugar

Granulé Etalon Extra

L'Etalon Canadien de qualité. Le meilleur sucre fabriqué.
Etiquette bleue. Etiquette rouge. Etiquette verte.

| | |
|--|---------------|
| Athlete, 1/12 s. | 1.07 |
| Sweet Caporal, 1/13 s. | 1.15 |
| Tabacs coupés. | La lb. |
| Old Chum, 10 s. | 0.82 |
| Lord Stanley, Tins 1/2 lb. | 1.11 |
| Meerscham, 10 s. | 0.81 |
| Athlete Mixture, Tins 1/2 et 1/4 lb. | 1.37 |
| Old Gold, 12 s. | 0.97 |
| Seal of North Carolina, 12 s. | 0.97 |
| Duke's Mixture (Cut Plug), 1 lb. | 0.84 |
| Old Virginia, ppts 1/2 et 1 lb. 0.00 | 0.65 |
| Duke's Mixture (Granulé), 1/10 s. Bags 5 lbs. carton | 0.87 |
| Bull Durham, 1/10 bags, 5 lbs. carton | 1.25 |
| 1/16 bgs, 5 lbs. carton | 1.25 |
| Old Virginia, ppts 1/16 lb. | 0.65 |
| Snap, ppts 1/12 et 1/6 lb. | 0.48 |
| Calabash Mixture, tins 1/2 et 1 lb. | 1.15 |
| Calabash Mixture, tins 1/4 lb. | 1.20 |
| Calabash Mixture, tins 1/8 lb. | 1.35 |
| Capstan Navy Cut (importé) tins 1/2 lb. Medium et Fort | 1.50 |
| Capstan Mixture (importé) tins 1/8 lb. Medium | 1.50 |
| Pride of Virginia (importé) tins 1/10 lb. | 1.35 |
| Old English Curve Cut (importé) tins 1/10 lb. | 1.35 |
| Tuxedo (importé) tins 1/10 lb. | 1.37 |
| Lucky Strike (importé) tins 1/10 | 1.35 |
| Rose Leaf (importé, à chiquer), ppts 1 oz. | 1.24 |
| Tabacs à chiquer (importés) | La lb. |
| Piper Hiedsieck | 1.22 |
| Tabacs en poudre. | La lb. |
| Copenhagen en boîtes 1/12 lb. | 0.90 |
| Horseshoe | 0.90 |
| Rose No 1 de Landry | 0.32 |
| Rose No 1 de Houde | 0.34 |
| 12 lbs., boîtes 6 lbs. | 0.39 |
| (Empire Branch) | |
| Tabacs à chiquer. | La lb. |
| Club barres, 5 à la barre, 6 morc. à la lb., boîtes 5 lbs. | 0.42 |
| Moose 11 s. | 0.40 |
| Snow Shoe barres, 6 1/2 morc. à la lb. | 0.45 |
| Stag 5 1/3 morc. à la lb., 1/2 butts | 0.39 |
| Black Watch 6 s. | 0.45 |
| Bobs, 5 s. et 10 s. | 0.39 |
| Currency, 10 s. | 0.39 |
| Pay Roll 7 1/2 s. | 0.59 |
| Empire Navy Chewing barres 14 oz., boîtes 7 lbs. | 0.53 |
| Tabacs à fumer en palettes | La lb. |
| Rosebud, 3 x 3, 7 s. 1/2 cads, 8 lbs | 0.50 |
| Pedro barres, 16 oz., 5 morc. à la lb., boîtes 6 lbs. | 0.58 |
| Empire 6 s. et 12 s. | 0.44 |
| Rosebud 6 s. | 0.45 |
| Ivy 7 s. | 0.50 |
| Shamrock 6 s. | 0.45 |

| | |
|---|------------------|
| Tabacs hachés. | La lb. |
| Great West (Sac) 8 s. | 0.59 |
| Regal, cube cut en boîtes 9 s. | 0.70 |
| Taxi, Crimp cut, boîtes 10 s. | 0.78 |
| HENRI JONAS & CIE, | |
| Montréal. | |
| Pâtes Alimentaires. | La lb. |
| Macaroni "Bertrand" | 0.08 |
| Vermicelle "Bertrand" | 0.08 |
| Spaghetti "Bertrand" | 0.08 |
| Alphabets "Bertrand" | 0.08 |
| Nouilles "Bertrand" | 0.08 |
| Coquilles "Bertrand" | 0.08 |
| Petites Pâtes, etc. | 0.08 |
| Extraits Culinaires. | La doz. |
| 1 oz. Plates. Triple concentré | 0.84 |
| 2 oz. Plates. Triple concentré | 1.57 |
| 2 oz. Carrées. Triple concentré | 1.88 |
| 4 oz. Carrées. Triple concentré | 3.34 |
| 8 oz. Carrées. Triple concentré | 6.25 |
| 16 oz. Carrées. Triple concentré. | 12.00 |
| 2 oz. Rondes. Quintessences | 1.96 |
| 2 1/2 c Rondes. Quintessences | 2.19 |
| 5 oz. Rondes. Quintessences | 3.75 |
| 8 oz. Rondes. Quintessences | 6.67 |
| 4 oz. Carrées. Quintessences. Bou-chons émeri | 3.75 |
| 8 oz. Carrées. Quintessences. Bou-chons émeri | 7.50 |
| 2 oz. Anchor. | 1.00 |
| 4 oz. Anchor. | 1.75 |
| 8 oz. Anchor. | 3.00 |
| 16 oz. Anchor. | 6.00 |
| 2 oz. Golden Star "Double Force" | 0.75 |
| 4 oz. Golden Star "Double Force" | 1.25 |
| 8 oz. Golden Star "Double Force" | 2.25 |
| 16 oz. Golden Star "Double Force" | 4.25 |
| 2 oz. Plates. Soluble. | 0.75 |
| 4 oz. Plates. Soluble. | 1.25 |
| 8 oz. Plates. Soluble. | 2.25 |
| 16 oz. Plates. Soluble. | 4.25 |
| 1 oz. London. | 0.50 |
| 2 oz. London. | 0.75 |
| Extraits à la livre de | \$1.00 à 3.00 |
| Extraits au gallon de | \$6.00 à 24.00 |
| Mêmes prix pour extraits de tous fruits. | |
| Moutarde Française. | La grosse |
| Pony Mustard, 2 doz. à la cse | 8.40 |
| Small Mustard, 2 doz. à la cse | 7.80 |
| Medium Mustard, 2 doz. à la cse | 10.80 |
| Large Mustard, 2 doz. à la cse | 12.00 |
| Tumblers Mustard, 2 doz. à la cse | 10.80 |
| Mugges Mustard, 2 doz. à la cse | 13.20 |
| Nugget Tumblers, 2 doz. à la cs | 13.20 |
| Athenian Tumblers, 2 doz. à la cse | 13.20 |
| Gold Band Tumblers, 2 d. à la cse | 13.80 |
| No 67 Jars Mustard, 2 doz. à la cse | 13.20 |
| No 64 Jars Mustard, 1 doz. à la cse | 18.00 |
| No 65 Jars Mustard, 1 doz. à la cse | 21.00 |

| | |
|--|----------------|
| No 66 Jars Mustard, 1 doz. à la cse | 24.00 |
| No 68 Jars Mustard, 1 doz. à la cse | 15.00 |
| No 69 Jars Mustard, 1 doz. à la cse | 24.00 |
| Molasses Jugs Must., 1 d. à la cse | 21.00 |
| Jarres 1/2 gal. Mustard, 1 d. à la cse | 36.00 |
| Jarres 1/2 gal. Mustard, 1 d. à la cse | 54.00 |
| Vernis à chaussures. | La doz. |
| 1 doz. à la caisse. | |
| Marques Froment. | 0.75 |
| Marque Jonas. | 0.75 |
| Vernis Militaire à l'épreuve de l'eau. | 2.00 |

MATTHEWS-LAING, LIMITED,
Montréal, Canada.



| | |
|---|-------|
| Lard en Baril Marque "Anchor" | |
| Lard pesant, Canada Short Cut, Mess brl. 35/45 | 30.00 |
| Lard pesant, Canada Short Cut, Mess 1/2 brl. | 15.50 |
| Lard pesant, Canada Short Cut, brl. 45/55 | 30.00 |
| Lard pesant, Canada Short Cut, 1/2 brl. | 15.25 |
| Lard pesant, Brown Brand, désos-sé, tout gras, brl. 20/35 | 29.00 |
| Lard clair, pesant, brl. 20/35. | |
| Pickled Rolls, brl. | 30.00 |
| Lard à fèves, (petits morceaux, mais gras), brl. | 23.00 |
| Heavy, clear fat backs 40/50 | 27.00 |
| Heavy, clear fat backs 60/70 | 25.50 |

Saindoux Composé Raffiné, choix.
Marque "Anchor".

| | | |
|---|-----|----------|
| Tierces, 375 lbs. | lb. | 0.10 1/2 |
| Boîtes 50 lbs. net (doublure par-chemin) | | 0.10 1/2 |
| Tinettes, 50 lbs. net (Tinette imi-tée) | | 0.10 1/2 |
| Seaux de bois, 20 lbs., net, \$2.20 | | 0.11 |
| Seaux de fer-blanc, 20 lbs., \$2.10 | | 0.10 1/2 |
| Caisnes 10 lbs. tins, 60 lbs. en cais-ses, bleu | | 0.11 1/2 |
| Caisnes 5 lbs. tins, 60 lbs. en cais-ses, bleu | | 0.11 1/2 |
| Caisnes 3 lbs. tins, 60 lbs., en cais-ses | | 0.11 1/2 |
| Briques de saindoux, 60 lbs. en caisse | | 0.12 1/2 |
| Saindoux Marque "Anchor" (garanti pur). | | |

AUX CULTIVATEURS

Nous recevons la crème des sé-
parateurs à main.

MONTREAL DAIRY COMPANY
LIMITED

290 Ave. Papineau
MONTREAL

Ne négligez pas les possibilités de faire de belles affaires sur le cacao. Les gens en consomment de plus en plus, surtout le

COWAN'S PERFECTION COCOA

(Etiquette Maple Leaf)

parce qu'ils constatent qu'il a nombre d'avantages sur le thé et le café.

Les épiciers clairvoyants accordent une attention spéciale, de nos jours, au cacao.

THE COWAN COMPANY, LIMITED.

TORONTO.

CANADA.



LES BISCUITS

Qui Edifient un Commerce.

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

Soda à la Crème Perfection de Mooney

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

The Mooney Biscuit AND CANDY CO., LIMITED

Manufactures à

Montréal, Stratford, Winnipeg, Vancouver.

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

La Farine Préparée de Brodie

Vous Conserve Vos Clients.

Toujours digne de confiance, elle est préférée à toutes les autres farines

UN BON VENDEUR.

Voyez le coupon des épiciers dans chaque carton.

Brodie & Harvie, Limited.

14 et 16 Rue Bleury,

Tél. Main 436.

MONTREAL.

Ne demandez pas plus à votre publicité qu'elle ne peut vous donner. Son action est limitée de même que son rendement.

| | |
|---|--------|
| Tierces, 75 lbs. | 0.14 |
| Boîtes, 50 lbs., net (doublure parchemin) | 0.14 |
| Tinettes, 50 lbs., net (tinette imitée) | 0.14 |
| Seaux de bois, 20 lbs., net (doublure parchemin) | \$3.00 |
| Seaux en fer-blanc, 20 lbs. brut | \$2.90 |
| Caisses, 10 lbs., tins, 60 lbs., en caisses rouges | 0.15 |
| Caisses, 5 lbs., tins, 60 lbs., en caisses rouges | 0.15 |
| Caisses, 3 lbs., tins, 60 lbs., en caisse | 0.15 |
| Saindoux en carré d'une livre, 60 lbs., en caisse | 0.15 |
| Viandes fumées. | |
| Jambons: Première qualité. | |
| Extra gros, 28 à 40 lbs. | 0.18 |
| Gros, 20 à 28 lbs. | 0.19 |
| Moyens, 15 à 19 lbs. | 0.21 |
| Petits, 10 à 13 lbs. | 0.21 |
| Jambons désossés, roulés, gros 16 à 25 lbs. | 0.22 |
| Jambons désossés, roulés, petits 9 à 12 lbs. | 0.23 |
| Bacon, Spécial Rose Brand | 0.23 |
| Bacon Anchor Brand, à déjeuner, sans os, choisi | 0.20 |
| Bacon Brown Brand, à déjeuner, marque anglaise, sans os, choisi | 0.18 |
| Bacon Windsor, dos pelé | 0.23 |
| Bacon Windsor, sans os | 0.25 |
| Jambons de Laing, choisis, Pique-Nique, 10 à 14 lbs. | 0.17 |
| Petit bacon roulé, épicé, désossé, 8 à 12 lbs. | 0.16 |
| Bacon choisi, Wiltshire, coté, 50 lbs. | 0.20 |
| Cottage Rolls | 0.20 |
| Saucisses fumées. | |
| Bologna (Bondon de Boeuf) | 0.08 |
| Bologna (Enveloppe cirée) | 0.07 |
| Brunswick (Beef Middles) | 0.08 |
| Frankfurts | 0.10 |
| Polish | 0.09 |
| Garlic | 0.09 |
| Empress (Poulet, jambon et langue) doz. | 1.10 |
| Saucisses fraîches. | |
| Saucisses de porc (tripes de porc) | 0.09 |
| Saucisses de porc (tripes de mouton) | 0.10 |
| Petites saucisses de porc (pur porc) | 0.16 |
| Saucisses Cambridge (paquets de 1 lb.) | 0.10 |
| Saucisses de fermier | 0.10 |
| Chair à saucisses (seaux de 20 lbs.) | 0.08 |
| Boudin blanc | 0.07 |
| Boudin noir | 0.08 |

AGENCES

LAPORTE, MARTIN, LIMITEE,

Montréal.

Légumes.

Petits Pois Importés "Soleil"

| | |
|---------------------------------|-------|
| Extra fins, 50 boîtes | 14.50 |
| Extra fins, 100 boîtes | 15.00 |
| Très fin, 100 boîtes | 13.50 |
| Fins, 100 boîtes | 11.50 |
| Mi-fins, 100 boîtes | 11.00 |
| Moyens, No 2, 100 boîtes | 9.50 |
| Moyens, No 3, 100 boîtes | 9.00 |
| Petits Pois "Frs. Petit & Cie." | |
| Fins, 100 boîtes | 10.00 |
| Moyens, 100 boîtes | 7.50 |
| Légumes "Soleil". | |
| Haricots:— | |

| | |
|-------------------------------|-------|
| Verts, extra fins, 100 boîtes | 14.00 |
| Verts, extra fins, 40 flacons | 8.50 |
| Verts, moyens, 100 boîtes | 8.25 |
| Verts, coupés, 100 boîtes | 8.00 |
| Coupés, 100 boîtes | 8.00 |

IMPORTANT

Les Epiciers détaillants

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



Baker's Cocoa and Chocolate

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

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

Manufacturées uniquement par

WALTER BAKER & CO., Limited.

Montréal, Can. Dorchester, Mass
ETABLIE EN 1780.

LACAILLE, GENDREAU & CIE

Successeurs de CHS. LACAILLE & CIE.

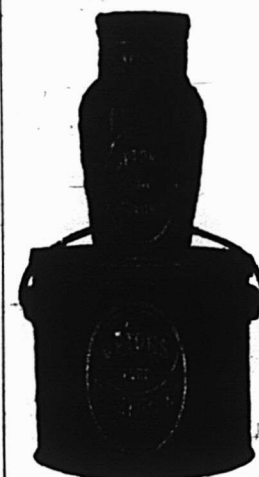
EPICIERS EN GROS

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

Spécialité de Vins de Messe de Sicile et de Tarragone.

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

CONFITURES PURES DE UPTON



CONFITURES PURES
NOUVELLE SAISON.
DE UPTON
MAINTENANT PRETES

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

PURE MARMELADE
D'ORANGE

UPTON

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

LE HAGHIS DE CLARK

N'est-ce pas à peu près le moment, M. l'Épicier, de commencer à vous préparer à votre commerce de hachis ?

Le Hachis de Clark est prêt à servir et les produits de Clark sont prêts pour vos affaires

On n'emploie dans sa préparation, que des fruits et des épices de premier choix. Garanti absolument pur.

Mis en pots en verre. Un grand-dé seulement.

En boîtes en fer-blanc cachetées hermétiquement, grandeurs No 1, 2, 3, 4 et 5.

En seaux, caisses et barils de 5, 10, 25, 45, 85 et 300 livres.

Vos clients en veulent. Cela vous rapporte d'en vendre.

W. Clark = Montréal

| | |
|------------------------------------|-------|
| Purée de tomates, 50 boîtes | 9.00 |
| Julienne, 100½ boîtes | 8.50 |
| Cerfeuil, 100½ boîtes | 9.50 |
| Asperges. | C/S |
| Pointes têtes seulement, 100½ btes | 30.00 |
| Branches géantes, 100½ boîtes | 28.00 |
| Branches géantes, 50 boîtes | 26.50 |
| Branches grosses, 100/ boîtes | 26.00 |
| Branches grosses, 50 boîtes | 22.00 |
| Branches Extra, 50 boîtes | 24.00 |
| Branches Fines, 100½ boîtes | 23.50 |
| Branches Fines, 50 boîtes | 22.50 |
| Flageolets. | |
| Moyens, 100½ boîtes | 11.00 |
| Sardines. | C/S |
| Petit Caporal Club ½ | 18.00 |
| White Bear ½ s. | 16.00 |
| White Bear ¼ s. | 9.50 |
| Le Pilote ½ | 14.50 |
| Victoria ¼ s. | 8.00 |

| | |
|---------------------------------------|-------|
| Savons de Castille. | Lb. |
| Le Soleil 72% d'huile d'Olive. | |
| morc. de 10 oz., 200 à la caisse | 12.00 |
| morc. de 10 oz., 100 à la caisse | 6.00 |
| morc. de 7 oz., 200 à la caisse | 7.50 |
| morc. de 1 lb., 50 à la caisse | 4.50 |
| morc. de 1 lb. long, 50 à la c/s | 4.50 |
| morc. de ½ lb., 50 à la caisse | 3.75 |
| morc. de 3 lbs., 12 à la caisse | 0.10½ |
| barres de 11 lb., 25 à la caisse | 0.08½ |
| La Lune 65% d'huile d'Olive. | Lb. |
| morc. de ½ lb., 50 à la caisse | 3.35 |
| c/s 12 barres, 3 lbs. | 0.08½ |
| Huile d'Olive "Minerva" | C/S |
| 12 bouteilles, 1 litre | 8.00 |
| 12 bouteilles, qts. | 6.00 |
| 24 bouteilles, pts. | 6.50 |
| 24 bouteilles, ½ pts. | 4.25 |

| | |
|---------------------------|------|
| c/s 2 estagnons, 5 gall. | 2.00 |
| c/s 6 estagnons, 2 gall. | 2.05 |
| c/s 10 estagnons, 1 gall. | 2.10 |
| c/s 20 estagnons, ½ gall. | 2.25 |
| c/s 48 estagnons, ¼ gall. | 2.60 |

LAIT CONDENSE ET EVAPORE.
Borden Milk Co., Ltd., à l'Est de Fort William, Ont.

| | |
|--|--------|
| Conserve: — | Caisse |
| Eagle Brand, 4 doz. | \$6.00 |
| Reindeer Brand, 4 doz. | 6.00 |
| Silver Cow Brand, 4 doz. | 5.40 |
| Gold Seal Brand, 4 doz. | 5.25 |
| Mayflower Brand, 4 doz. | 5.25 |
| Purity Brand, 4 doz. | 5.25 |
| Challenge Brand, 4 doz. | 4.75 |
| Clover Brand, 4 doz. | 4.75 |
| Evaporé (non sucré):— | |
| St. Charles Brand, petit, 4 doz. | 2.00 |
| Peerless Brand, petit, 4 doz. | 2.00 |
| St. Charles Brand, famille, 4 doz. | 3.90 |
| Peerless Brand, famille, 4 doz. | 3.90 |
| Jersey Brand, famille, 4 doz. | 3.90 |
| St. Charles Brand, haute, 4 doz. | 4.50 |
| Peerless Brand, haute, 4 doz. | 4.50 |
| Jersey Brand, haute, 4 doz. | 4.50 |
| St. Charles Brand, hôtel, 2 doz. | 4.25 |
| Peerless Brand, hôtel, 2 doz. | 4.25 |
| Jersey Brand, hôtel, 2 doz. | 4.25 |
| St. Charles Brand, gallons, ½ doz. | 4.75 |
| "Reindeer" café et lait, 2 doz. | 5.00 |
| "Reindeer" café et lait, petit, 4 doz. | 6.00 |
| "Regal" café et lait, 2 doz. | 4.50 |
| "Reindeer" cacao et lait, 2 doz. | 4.80 |

JOHN P. MOTT & CO.
Elite, per doz. 0.00



| | |
|-------------------|------|
| Lb. | |
| Prepared Cocoa | 8.28 |
| Breakfast Cocoa | 0.36 |
| No 1 Chocolate | 0.30 |
| Diamond Chocolate | 0.24 |
| Navy Chocolate | 0.29 |
| Cocoa Nibbs | 0.35 |

CHOCOLAT "ELITE"

Non Suoré
DES ÉPICIERS
Pour tous les
Besoins de la Cuisine
Tablettes de ¼ lb.
Fabriqué par
JOHN P. MOTT & CO.,
HALIFAX, N. E.
J. A. TAYLOR, Agon, Montréal

Dessinateur de patrons. Satisfaction absolue
Coupe garantie. Prix modérés.
Tél., Est 3521.

A. J. LELIEVRE

MANOHONNIER

150, rue St-Denis, Montréal.

Spécialité :
Manteaux de Mouton de Perse.
Tous genres de Fourrures réparées, teintées et nettoyées.

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

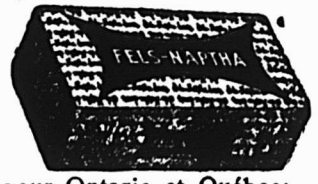
SALADA TEA CO.



| | |
|--|---------------|
| THES DE CEYLAN | |
| "SALADA" | |
| Coût. Vend. | |
| Etiquette Brune, 1's et ½'s. | \$0.25 \$0.30 |
| Etiquette Verte, 1's et ½'s. | 0.27 0.35 |
| Etiquette Bleue, 1's, ½'s, ¼'s et 1/8's. | 0.30 0.40 |
| Etiquette Rouge, 1's et ½'s. | 0.36 0.50 |
| Etiquette Or, au détail | 0.44 0.60 |

Noir, mêlé ou vert, de toutes qualités.
SAVON.

The GENUINE, empaqueté 100 morceaux par caisse.
Prix pour Ontario et Québec:
Moins de 5 caisses 5.00
Cinq caisses ou plus 4.95



SNAP CO., LTD.,
Montréal.

| | |
|-----------------|------|
| Snap Hand Clean | |
| Cse de 3 do | 3.60 |
| Cse de 6 doz. | 7.20 |
| 30 jours. | |



Le Prêt Immobilier, Limitée

244 Rue Ste-Catherine Est, Montréal.

Phone Bell Est 5779

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

SI VOUS AVEZ BESOIN DE CAPITAL

pour acheter une propriété ou pour vous bâtir
"Prêt Immobilier, Limitée,"
qu vous prêtera ce capital sans intérêt, avec grandes facilités de remboursement
Les facilités de remboursement des prêts faits à ses membres par le "Prêt Immobilier, Limitée" sont telles qu'elles représentent à peu près l'intérêt que l'on aurait à payer sur un emprunt ordinaire.

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

Ecrivez ou téléphonez pour avoir la brochure explicative gratuite.

| | |
|---|-------|
| Macédoines, No 1 extra, 100½ btes | 12.00 |
| Macédoines, No 1 extra, 40 flacons | 9.00 |
| Côtes de Céleri, 100½ boîtes | 8.00 |
| Côtes de Céleri, 50 boîtes | 7.50 |
| Soupes (Pois, Oseilles et Cerfeuil, etc.) | 9.50 |
| Oseilles, 100½ boîtes | 9.50 |
| Purée de tom. concentrées, 100½ b. | 9.00 |

MAGIC BAKING POWDER MAGIC BAKING POWDER

Epiciers : Il n'est ni nécessaire ni recommandable de tenir trop de différentes marques d'un même article. Vous obtenez une vente plus facile et des profits plus considérables en ne vendant que quelques marques de qualité, bien connues, familières aux clients, et que les manufacturiers appuient de leur confiance jusqu'au point de consacrer de fortes sommes pour les annoncer et vous aidez à augmenter vos ventes.

MAGIC BAKING POWDER



LA SEULE POUDRE À PÂTE EN CANADA DONT TOUS LES INGRÉDIENTS SONT MARQUÉS SUR L'ÉTIQUETTE

E.W. GILLET COMPANY LIMITED

TORONTO, ONT.

MONTREAL

WINNIPEG



MAGIC BAKING POWDER MAGIC BAKING POWDER



On ne met en boîtes portant la MARQUE BRUNSWICK que les plus savoureux poissons, très soigneusement choisis, pêchés dans la fameuse baie Passamaquoddy.

La haute qualité de nos aliments Marins nous a assuré une forte clientèle qui, par suite de la mise en pratique de méthodes commerciales consciencieuses, ne cesse de

s'accroître. Quand vous tenez la MARQUE CONNORS BROS, vous vendez des marchandises qui vous gagnent une clientèle.

Notre établissement est géré dans les conditions les plus idéales et nos marchandises arrivent en parfait état chez le consommateur



CONNORS BROS., LTD., Blacks Harbour, N. B.

AGENTS :

LEONARD BROS., Montréal. — C. H. B. HILLCOAT, Sydney. — A. W. HUBAND, Ottawa. — JAS. HAYWOOD, Toronto. — CHAS. DUNCAN, Winnipeg. — GRANT OXLEY & Co., Halifax. N.E. — C. DE CARTERET, Kingston. — BUCHANAN & AHERN, Québec. — J. L. LOVITT, Yarmouth. — SHALLCROSS, McCAULAY Co., Vancouver et Victoria, C. A. — SHALLCROSS, McCAULAY, Calgary, Alta. — JOHNSTON & YOCKNEY, Edmonton, Alta.

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

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

Téléphone Bell Est 1185.

MONTREAL.

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

Bureau de Montréal : 80 rue St-Denis.

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

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

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

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

Toute année commencée est due en entier.
L'abonnement ne cesse pas tant que les arrérages ne sont
pas payés.

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

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

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

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, Vendredi, 3 Octobre 1913.

Vol. XLVI — No 40.

COMMENT FAIRE LA PERCEPTION

Il est des règles qu'il faut observer pour tous les comptes. Les factures devraient être rendues promptement et souvent. Il est plus facile d'acquitter une petite note qu'une grosse.

D'autre part, les comptes devraient toujours être pointés à date, au jour le jour; et si un client veut savoir combien il doit, on peut le lui dire sans le faire attendre.

Quand vous ouvrez un compte à un client, il ne suffit pas de savoir s'il est digne de crédit. Vous devez le surveiller de très près afin d'être toujours renseigné sur son compte dans le cas où il pourrait lui arriver de changer de ligne de conduite ou de situation financière.

Soyez votre propre percepteur, et ne gaspillez pas d'argent à vous servir d'une agence qui ne vous donnera que de pauvres résultats.

Si vous avez des clients "durs de payer", prenez les moyens de vous faire payer petit à petit si vous ne pouvez pas obtenir d'eux le paiement entier et d'une seule fois de vos créances. Il vaut mieux avoir un demi-pain que pas de pain du tout.

Lorsque vous avez demandé paiement d'un compte et que votre débiteur vous a promis de l'honorer à une date déterminée, soyez à point au jour et à l'heure où il a promis de vous donner "quelque chose". S'il n'y a rien pour vous ce jour-là, tâchez d'obtenir une autre promesse et surveillez de près. Ne lâchez pas le débiteur aux promesses, qu'il ne vous ait donné ce qu'il vous a promis. Ne lui laissez jamais le loisir de dire: "J'ai dit que je vous paierais mardi dernier et vous n'êtes pas venu."

Le mauvais payeur devrait être découragé par tous les moyens possible; il faut le talonner, le harceler sans cesse. Si on le traitait de cette façon dans tous les magasins, il changerait vite de tactique, deviendrait rapidement "une bonne paye" et éviterait des ennuis à tout le monde.

La plupart des mauvais payeurs le sont devenus parce que les marchands les ont laissés faire. Une maison d'affaires organisée de façon à écarter le crédit et à forcer les paiements rapides, fait plus que toute autre chose pour l'amélioration du commerce général dans sa ville. Vous seriez surpris de savoir combien de mauvais payeurs peuvent être amenés à régler promptement leurs comptes si on les presse souvent de verser au moins un à-compte. L'état de compte devrait être présenté le premier de chaque mois à tous les clients inscrits aux livres. Tous les autres moyens de perception sont plus ou moins supplémentaires.

Si l'envoi de l'état de compte n'a pas provoqué de ré-

ponse, écrivez une note polie, selon la formule suivante, par exemple:

"Monsieur: — Nous constatons un débit de \$... à votre compte, pour marchandises achetées antérieurement au mois de février. Nous nous voyons dans la nécessité de percevoir tous ces comptes si nous voulons continuer à faire face à nos obligations et prendre nos escomptes. Ne pourriez-vous pas nous faire parvenir votre chèque pour tout ou partie de cette somme, aujourd'hui même. Bien à vous."

Tout comme pour un nouvel achat, un versement en à-compte rafraîchit tout le compte à date et empêche la prescription.

Vous ne devez jamais menacer un débiteur d'une poursuite à moins que vous n'ayez véritablement l'intention de prendre des procédures. Les menaces sont vaines si on ne les met pas à exécution. La meilleure perception est celle faite par le patron lui-même, car rien ne fait un meilleur percepteur que le besoin d'argent. Le marchand à court d'argent et qui est obligé de courir après, fait un bien meilleur percepteur que celui qui se repose sur un gros capital et qui ne connaît pas la gêne.

Vous avez peut-être actuellement dans vos livres des comptes que vous croyez perdus, mais que vous pourriez faire rentrer, pourvu que vous y mettiez un peu de travail persistant. Les méthodes routinières ne suffisent pas; essayez quelque chose de nouveau de temps à autre. Entrez en relations personnelles avec vos débiteurs et maintenez ces relations. Ne froissez pas les clients, mais faites appel à leur esprit de justice et d'honnêteté. Les débiteurs sont faits de même nature que les créanciers, et la plupart de ceux qui croient ne pouvoir pas payer parviendront à le faire si vous prenez les moyens de les faire seulement essayer.

Il importe que vos comptes soient exacts et que toutes les ventes à crédit soient inscrites. Aussi, présumons-nous que vous avez rempli toutes ces conditions.

Lorsqu'un client discute un compte, s'il a une bonne réputation chez vous, il conviendra de faire, de concéder ce que vous considérez être une réduction inopportune. Mais vous serez toujours justifiable de vous en tenir à vos livres, à moins que le client ait la preuve indiscutable que c'est vous qui êtes dans l'erreur.

D'autre part, lorsqu'une personne veut payer un compte au moyen d'un chèque post daté, amenez-le à le dater du jour où il vous est donné et convenez de ne pas le déposer avant une date donnée. N'acceptez pas de documents post datés. Ils ne sont valables qu'à partir de la date inscrite et

courez tous les risques possibles pendant l'intervalle. Le signataire peut bien mourir ou devenir subitement insolvable. La compagnie, si c'en est une, peut être dissoute. La banque mentionnée peut fermer ses portes. Vous courez tous ces risques et beaucoup d'autres encore. Le marchand ne doit jamais perdre de vue qu'il est en affaires pour gagner de l'argent. Se contenter de vendre des marchandises ne suffit pas pour gagner sa vie, et il ne fait aucun profit tant que l'argent n'est pas dans sa caisse. Les comptes de livres peuvent avoir une valeur d'inventaire, et il peut les vendre en même temps que son commerce; mais il ne peut pas dépenser l'argent qu'ils représentent tant qu'il ne les a pas perçus. L'argent, c'est la chose, et l'objet du crédit lui-même c'est la rentrée de l'encaisse.

Mais le plus court chemin à l'encaisse, c'est d'exiger le paiement au moment où les marchandises sortent du magasin.

COMMENT RECOLTER DU LAIT PROPRE?

Il est devenu banal de dire:

Le lait destiné à l'alimentation humaine doit être recueilli d'une façon "propre", et cependant c'est pour lui une condition primordiale.

D'ailleurs, les précautions rigoureuses qui doivent être prises ne commencent pas à la laiterie, mais à l'étable, dont l'atmosphère est toujours riche en poussières, bactéries et moisissures qui se déposent sur les vases, acidifient rapidement le lait et compromettent sa conservation. Il importe, par suite au plus haut point, de n'y pas laisser séjourner les aliments destinés au bétail. Il est également tout à fait contre-indiqué d'y effectuer aucune manipulation de litière ou de fourrage au moment de la traite, afin d'éviter de produire les ensemencements les plus fâcheux. Mais il est, à tous les points de vue, préférable d'adopter pour traire un local particulier, un hangar propre et largement aéré par exemple, où les femelles ne sont amenées qu'après avoir subi une toilette complète.

Les passages fréquemment répétés favorisent l'intégrité des fonctions de la peau, et contribuent à la belle humeur des animaux dont ils excitent l'appétit, dont ils activent les fonctions digestives, dont ils entretiennent la santé générale. Chaque jour, il faut étriller, brosser, laver longuement les vaches, qui se prêtent, d'ailleurs, volontiers à ces soins. Le meilleur moment, et le plus opportun pour le faire, est celui qui précède immédiatement la traite. Il faut également veiller à ce que les membres postérieurs, tout au moins dans la région qui avoisine la mamelle, soient tondus de près; on rend ainsi possible la propreté parfaite d'une région qui doit être particulièrement indemne de souillures.

La mamelle surtout doit être, chaque jour, lavée avec grand soin au savon et à l'eau tiède, pour que la peau fine et irritable qui la recouvre ne soit pas exposée à se gercer ou à se crevasser. Son nettoyage à sec serait absolument insuffisant. Leufren a trouvé dans le lait provenant d'une mamelle bien lavée 47 bactéries seulement par centimètre cube, 100 après un brossage à sec, 1210 dans un cas où il n'avait été procédé à aucune toilette.

Il va de soi que toutes ces précautions seraient vaines si le trayeur n'était pas lui-même d'une propreté parfaite. Dans les laiteries bien tenues, on lui fait revêtir, pour traire, un sarreau et un tablier blancs, sur lesquels les moindres

maculatures sont visibles; on peut ainsi vérifier d'un coup d'oeil s'il a pris le soin de changer de tenue. Ses bras, nus jusqu'au coude, doivent être, comme ses mains, longuement lavés au savon et à la brosse avant chaque opération de traite, puis rincés à l'eau bouillie ou tout au moins à l'eau de source fraîchement tirée.

Par les litières et par la surface des mamelles, se fait souvent la contamination du trayon. Par suite, il est absolument indispensable de rejeter et de perdre les premiers jets de lait. On ne saurait oublier, en effet, qu'ils sont trois fois plus chargés en bactéries que ne l'est le lait au milieu de la traite.

Les travaux de nombreux spécialistes ont montré qu'il est impossible de recueillir du lait rigoureusement exempt de germes, et cela, quelles que soient les précautions que l'on prenne. Mais, précisément parce que notre impuissance est totale d'agir, pour le stériliser, sur le lait que contient la mamelle, il faut s'attacher à le préserver de toute souillure postérieure à sa sortie.

La vaisselle laitière doit, elle aussi, être l'objet de soins minutieux. Il ne faut l'employer qu'après lui avoir fait subir un nettoyage à fond, complété par une stérilisation à la vapeur ou à l'eau bouillante. Sa nature et sa forme ne sont, du reste, pas indifférentes. Les recherches de Backhaus ont montré que l'eau stérilisée employée pour nettoyer les ustensiles et les vaisseaux de laiterie se charge de vingt fois plus de bactéries avec des seaux en bois qu'avec des seaux en fer-blanc et surtout en métal émaillé. Les premiers doivent donc être rejetés au profit des seconds; il est à tous égards excellent que ceux-ci soient construits avec une ouverture étroite, et munis d'un couvercle.

À la laiterie même, la propreté ne doit pas être moins rigoureuse.

Le lait est, en soi, un excellent milieu de culture pour les microbes, et la température à laquelle il est émis est à tous points de vue favorable au développement des ferments lactiques. Comme, d'autre part, ceux-ci ne se développent plus vers dix ou quinze degrés, il importe absolument d'abaisser très vite la température de ce lait, en le plaçant en dépôt dans un endroit frais. Aussi certains auteurs ont-ils préconisé pour la traite l'emploi de seaux comportant un double fond dans lequel était placé, soit de la glace, soit encore mieux un mélange réfrigérant de glace pilée et de sel de cuisine.

Malgré tout, l'altérabilité du lait reste très grande et la moindre manipulation à laquelle il est soumis doit être faite dans des conditions d'aseptie rigoureuse.

En ce qui concerne le local de laiterie, Martel prescrit sa non-communication avec les étables; les pièces d'habitation, les cabinets d'aisance et les greniers; le sol doit en être imperméable, de façon à permettre l'évacuation immédiate et parfaite des eaux résiduaires et des eaux de lavage, pour lesquelles doit être ménagée une canalisation à amorce siphonnée.

Les murs, rayonnages, consoles, saillies quelconques en un mot, doivent être faits également en matériaux imperméables, comme les récipients de réception et de transport: pour ceux-ci, le verre, la porcelaine, le métal étamé à l'étain fin (50 grammes par mètre carré superficiel) sont recommandés: un couvercle fermant bien est de toute rigueur.

Une toile métallique fine fermant les ouvertures de la laiterie empêche l'invasion des mouches et des insectes.

(De "La Laiterie", de Paris.)

ETUDIEZ BIEN LA NATURE HUMAINE.

On entend tous les jours des gens qui se plaignent que la vie est insupportable; qu'elle est semée d'ennuis; qu'elle ne vaut pas toutes les misères que nous subissons tous les jours. Néanmoins, il se trouve des philosophes pour lui trouver un bon côté et en jouir jusqu'à un certain point. Un de ceux-là, un homme occupant une certaine situation dans le monde, disait récemment: "La vie me plaît assez; mais ce qui m'amuse par-dessus tout, c'est qu'il n'y a pas dans le monde deux individus qui se ressemblent!" D'ordinaire, la phrase nous eut laissé froid, car elle est une des nombreuses platitudes qu'il nous est donné d'entendre à tout instant. Mais sa signification avait une telle force dans le moment, qu'elle nous a rappelé son application au monde commercial et elle est restée dans notre mémoire. Comme question de fait, la plupart des hommes d'affaires dans les villes viennent rarement en contact immédiat avec leurs clients.

Mais dans les campagnes, c'est tout différent. Les gens viennent au magasin acheter ce qu'ils désirent, en même temps qu'ils se rendent chez un client à eux livrer une partie de leurs produits. En effet, peu de paysans chargent leurs voisins de faire leurs achats. Lorsqu'ils viennent au magasin, ils veulent voir le matériel et savoir ce que cela leur coûtera. De cette manière le marchand de la campagne entre en relation immédiate avec son client, il apprend à connaître son caractère, ses manières et ses méthodes de faire les affaires. Cela donne à la vie commerciale de la campagne un zest, un piquant que les marchands des grandes villes connaissent trop peu, et fait que l'on reconnaît que l'équation personnelle est un facteur important pour le commerce de la campagne.

C'est là une faculté merveilleuse que celle qui permet de discerner les différents caractères individuels, de les jauger et de les amener à s'harmoniser avec ses propres intérêts. Cette faculté a une haute valeur commerciale pour l'homme d'affaires, et il n'est pas rare qu'elle joue un rôle en sa faveur lorsqu'il s'agit de se créer un crédit chez les fournisseurs. Dans bien des cas, elle supplée à l'absence de capital. Il est des gens en affaires depuis des années et qui persistent à y rester en dépit des prophéties perpétuelles de leur faillite. Ils se sont souvent réveillés sur le bord de l'abîme, mais leur merveilleuse faculté de disposer des gens et de les influencer leur a permis d'éviter la banqueroute.

Ce sont des hommes de cette trempe que les grandes maisons d'affaires recherchent pour leur confier un poste d'administrateur. Elles ont besoin non seulement d'hommes connaissant les affaires, mais encore d'hommes pouvant en imposer individuellement aux membres d'une communauté et à la communauté dans son ensemble.

Un magasin de campagne est une fameuse école pour la formation de la jeunesse présente. Il l'a toujours été, mais il y a aujourd'hui dans le commerce de la campagne des éléments qui n'existaient pas il y a quelques années. Le niveau d'intelligence est en général plus élevé qu'il l'était il y a trente ans, et c'est pourquoi il faut maintenant une classe d'hommes d'affaires différente pour répondre à ses besoins. Il ne suffit plus à un marchand d'être l'égal de son client au point de vue de l'intelligence. Il doit en même temps être le professeur et le maître dans ses relations commerciales avec sa clientèle. Il ne devrait pas y avoir un seul individu dans sa localité qu'il n'ait pas étudié. Il devrait connaître ses relations avec les autres hommes, ses traits de caractère et de tempérament et surtout son côté faible. Par cela, nous entendons son côté le plus facilement abordable, et ses susceptibilités à être influencé par celui qui le travaille.

Il y a un aspect des affaires par la poste qui frise le merveilleux. L'idée qu'un homme assis dans son bureau devise des plans pour faire ses clients des millions de personnes qu'il n'a jamais vues et qu'il ne connaît que par le nom qu'il

a devant lui sur une liste dressée par un autre, et ayant tout de même le pouvoir de l'influencer au point de les amener à lui envoyer leur argent, à lui, un parfait étranger, voilà certainement une étude de la puissance du cerveau humain et aussi de la crédulité humaine. Réagir et en diminuer les effets, voilà le grand problème qui se pose aujourd'hui au marchand de la campagne. Pour lui, ce n'est pas une question à étudier dans son ensemble. Au contraire, il doit reconnaître que c'est en grande partie une question personnelle et de relations personnelles avec les membres de la famille commerciale, car, dans ce sens, c'est sa famille. Ils dépendent les uns des autres et tous devraient le comprendre. Une localité n'est que l'aggrégation de familles séparées. Chaque individu d'une communauté représente une certaine proportion de ce que nous appelons la clientèle. Cette proportion est plus ou moins grande, selon les moyens respectifs et les dispositions à acheter de chacun. Quant à se l'assurer, c'est l'affaire du commerçant local. Et pour y arriver, il doit pouvoir exercer une plus grande influence que celle qui ce soit. Voilà où l'équation personnelle devrait montrer plus de force que l'influence de l'étranger éloigné. Il faut encore se rapprocher davantage de sa clientèle, c'est-à-dire qu'une fois qu'on a commencé à reconnaître que son influence se fait sentir, il faut l'accentuer de plus en plus. Ceci implique l'habileté à reconnaître ses besoins, ses inclinations et son tempérament. Mais pour les fins commerciales, ceci n'est pas toujours entièrement suffisant.

Il y a un autre facteur important qui entre dans la question de s'assurer la clientèle d'un individu, et c'est l'intérêt personnel. Par conséquent, il faut lui démontrer et le convaincre que c'est son intérêt personnel de donner sa clientèle au marchand local.

En relations commerciales, l'intérêt personnel est souvent plus fort que l'amitié, que la reconnaissance ou tout autre obligation, et, en ses dernières années, la prospérité toujours croissante des cultivateurs a forcé les marchands de la campagne à en prendre note. Il fut un temps où il pouvait compter sur certaines faveurs accordées pour retenir la clientèle; mais ces souvenirs se sont effacés de la mémoire à mesure que les individus acquéraient une certaine indépendance financière, et ils se sont faits graduellement à l'idée que le marchand ou l'intermédiaire est un fardeau qu'il faut éliminer.

L'intérêt personnel est l'une des lois fondamentales de la nature humaine, et un facteur que tout homme d'affaires devrait avoir constamment à l'esprit lorsqu'il s'agit de ses relations commerciales avec les individus, surtout lorsque ceux-là possèdent leur liberté d'action comme la plupart des paysans d'aujourd'hui. Dans l'antiquité, l'intérêt personnel était aussi vivace dans l'esprit du cultivateur qu'il l'est aujourd'hui, mais il était sujet au contrôle des conditions qui le tenaient sous la dépendance du marchand local. Maintenant qu'il est libéré de ces conditions, le marchand n'a plus sur lui la prise qu'il avait anciennement, et c'est en grande partie pour cette raison qu'il éprouve souvent de la difficulté à faire comprendre et admettre au fermier que son intérêt personnel exige qu'il coopère avec le marchand local pour sauvegarder les intérêts de la localité en général. De plus, et d'abord, il doit convaincre le cultivateur qu'il peut faire tout aussi bien en faisant affaires avec lui qu'avec l'étranger d'une ville éloignée. Le convaincre, c'est une chose; mais l'éduquer par la pratique en est une autre. Et ceci nous amène à faire une autre analyse, celle du marchand lui-même.

Les anciennes conditions qui affectaient les uns et influençaient les autres sont disparues, et, par conséquent, les changements qui ont élevé le fermier à un niveau supérieur d'indépendance, doivent nécessairement entraîner une meilleure classe de marchands pour correspondre aux nouvelles conditions que les changements ont produites, créées. Peu

des anciens marchands sont disposés à se conformer aux nouvelles conditions qui leur sont faites, et, par conséquent, c'est aux jeunes qu'il appartient d'éduquer les jeunes fermiers qui répondent à l'influence des nouvelles méthodes scientifiques et commerciales.

Il faut qu'ils soient meilleurs hommes d'affaires que leurs pères, ou ils sont voués à une défaite certaine dans la lutte avec les jeunes cultivateurs.

La nouvelle génération de fermiers a été éduquée de façon à conduire ses affaires sur une base commerciale. Comme elle, il faut que le marchand étudie sa marchandise, ses méthodes, les principes scientifiques de la vente et par-dessus tout, la nature et le caractère des individus de sa localité. Le fermier scientifique étudie d'abord les propriétés de son sol, se familiarise avec ses principales qualités et selon qu'il a découvert, il règle ses semences et sa culture. C'est ainsi que le marchand moderne devrait considérer sa localité comme sa ferme et la développer de manière à en retirer le plus fort rendement possible.

PROVOQUEZ LA DEMANDE.

La saison d'automne est arrivée et avec elle le besoin de rafraîchir les peintures d'intérieur et d'extérieur. C'est donc le moment propice pour tous les marchands qui tiennent de la peinture de secouer la poussière accumulée sur les listes de clients possibles et de dresser des plans de campagne.

Le plus avisé de ses rivaux qui s'est tenu en relations avec ceux susceptibles d'employer de la peinture à l'automne, celui-là aura un avantage marqué sur lui au moment de saisir les ventes. Et dans la plupart des cas, l'homme actif qui n'attend pas que la saison soit ouverte pour dresser ses plans, aura établi ses batteries longtemps avant la presse des affaires.

La prévoyance est une très grande chose en affaires. Celui qui veut regarder un peu en avant, règle générale, trouve à occuper ses journées avec profit, tandis que celui qui prépare tout au jour le jour, a trop à faire dans sa lutte contre les écueils pour jouir de la scène, du paysage.

On devrait pousser la peinture en tous temps, mais surtout lorsqu'arrivent les saisons traditionnelles du peinturage, le printemps et l'automne alors que beaucoup de personnes achètent par besoin urgent et qu'autant d'autres peuvent être amenées à acheter aussi, quand ce ne serait que par esprit d'imitation. Combien de propriétaires estiment leurs maisons assez propres pour les dispenser d'une nouvelle couche de peinture, tant que le voisin ne les a pas induits à la poser en faisant lui-même toilette neuve à sa propre maison.

Le marchand qui laisse son commerce de peinture tomber en désuétude durant les mi-saisons, commet une grave erreur; le détaillant qui, pendant la saison propice, néglige de le pousser de toutes ses forces, ne devrait pas être en affaires.

Ainsi donc, fouillez vos listes de clients possibles. Ces clients possibles et probables, suivez-les attentivement, avec persévérance. Poursuivez-les par lettre ou circulaires, ou visitez-les personnellement si vous en avez le temps et l'occasion.

Annoncez à profusion et vigoureusement afin d'attirer de nouveaux clients. Et une fois que vous avez entamé des relations, déployez toutes vos ressources pour arriver à faire la vente.

Un bon étalage de peintures est toujours un bon sollicitateur d'affaires. Employez donc vos vitrines en conséquence durant la saison. Faites que vos étalages aient quelque chose d'original qui arrête les regards. Ne vous contentez pas de

remplir la vitrine de boîtes de peinture et de cartons portant les échantillons de couleurs groupés plus ou moins artistiquement, mais efforcez-vous, dans chaque étalage, de faire ressortir un argument de vente. Si vous le pouvez, touchez la corde sensible dans votre localité.

La qualité de la peinture est le plus puissant élément de succès dans la vente; son endurance en est un autre. Il y a encore la valeur au point de vue de la vente et qui s'établit par la comparaison entre une maison nouvellement peinte et ce qu'elle était avant de l'être. Il convient aussi d'apuyer sur la variété des couleurs, des teintes.

Il y a des quantités de gens qui n'ont aucune conception des combinaisons de couleurs. Elles voient bien dans leur imagination quelques couleurs unies les plus usitées; mais dans la plupart des stocks bien assortis, il y a invariablement une série de nuances qui, si on la fait valoir aux yeux de l'acheteur, ne manqueront pas d'aider à faire son choix.

Il faut du temps et des soins pour composer un étalage attrayant; mais il vaut la peine qu'on le fasse. Chaque fois que vous jugez à propos de varier l'installation, donner la préséance à une couleur différente.

La combinaison qui dira beaucoup à l'un, peut ne rien dire à l'autre; cependant, il y a dans votre assortiment de quoi satisfaire tous les goûts et c'est pourquoi vous devez varier les couleurs et ne jamais laisser la même trop longtemps au premier plan. Que chacune ait son tour.

Si ce qui précède est vrai dans son application au peinturage des maisons, il s'applique avec plus de sévérité aux spécialités d'intérieurs, là où au lieu du simple choix d'une couleur voyante, la ménagère est obligée de trouver une couleur donnée pour appareiller un meuble spécial, ou un vernis, à finir les boiseries d'une pièce particulière.

Ce qui s'applique à l'étalage, s'applique également à la vente. Ici et là, les commis sont susceptibles de contracter l'habitude de choisir au hasard deux ou trois combinaisons de couleurs et de les pousser auprès du client sans tenir compte de ses goûts personnels.

Le vendeur averti choisira tout d'abord à découvrir si la personne n'a pas déjà fixé son choix sur une combinaison de couleurs définies. Si oui, il trouvera peu d'avantages à insister pour lui en faire choisir une autre. La personne ayant une idée fixe goûte généralement très mal l'avis d'une autre. Si elle finit quelques fois par accepter ce qu'on a opposé à son propre jugement, ce ne sera plus qu'une question de temps pour s'apercevoir de sa dissatisfaction, de son mécontentement.

Donnez au client ce qu'il veut avoir. Si ce qu'il demande peut outrager le sens artistique, offrez-lui en même temps une variété d'articles qui lui permettront de faire un choix; il reconnaîtra son erreur, et il vous en sera reconnaissant. S'il ne s'aperçoit pas de son erreur, il sera à la fois content de lui-même, de son choix et de vous.

Si le client n'a pas déjà en vue une combinaison plus ou moins déterminée, efforcez-vous de trouver pour lui ce qui lui conviendra le mieux. Peu de personnes viennent au magasin sans avoir une idée plus ou moins précise de ce qu'elles veulent. Il est donc relativement facile de leur aider à faire un choix selon leurs propres idées, plutôt que de leur imposer quelque combinaison dont elles n'ont aucune conception.

Le choix du client doit être le point de départ du commis qui a entrepris de faire une vente. Mettez-vous en quelque sorte à sa place, et cherchez comme si c'était pour vous-même, le plus exactement possible, ce qui peut rencontrer les vues du client et le mettre chez vous parfaitement à son aise.

Si ce client qui désire de la peinture n'a pas de goût spécial bien arrêté, le vendeur renseigné a un beau rôle à jouer, et c'est là qu'on verra jusqu'où s'étendent ses ressour-

ces comme vendeur. S'il ne connaît pas la maison à peindre, il s'informerait des mesures, du genre d'architecture et de ce qui l'environne, c'est-à-dire si la maison est dégagée des autres, ou encore, si elle est environnée d'arbres, etc. Si vraiment il s'y connaît en peinture, il pourra facilement donner à son client des renseignements tels que celui-ci sera heureux d'avoir pu rencontrer un homme compétent.

Un service intelligent et énergique constitue la clef d'une bonne saison d'affaires pour le marchand de peinture.

LES SPECIALITES DE LA MAISON LAPORTE, MARTIN, LIMITEE.

Nous croyons rendre service à nos lecteurs en attirant leur attention sur l'annonce de la grande maison d'épicerie en gros Laporte, Martin, Limitée, que nous publions cette semaine. Les marques tenues par ces grands importateurs jouissent, à juste titre, d'une réputation mondiale et les articles que l'on trouve dans cette maison de confiance sont, pour ainsi dire, innombrables. La grande majorité des consommateurs canadiens apprécie, de longue date, les conserves importées de la marque "Soleil" (Petits Pois, Asperges, Haricots, Epinards, Artichauts, Flageolets, Macédoines, Choux de Bruxelles, etc.).

Les thés du Japon sont représentés par deux excellentes marques "Victoria" et "Princesse Louise".

Pour les légumes, poissons et fruits canadiens, la marque "Victoria" de la maison Laporte, Martin, Limitée, défie toute concurrence et les épiciers détaillants auront intérêt à s'approvisionner de ces marchandises pour la présente saison d'automne.

L'ART D'EDIFIER UN COMMERCE.

Mercredi dernier, le 22 septembre, dans les salles de l'Ecole Technique, rue Sherbrooke, M. A.-F. Sheldon, principal de l'Ecole Commerciale Pratique de Chicago, a donné devant les membres de l'Association des Marchands Détaillants une très intéressante conférence sur l'Art d'Edifier un Commerce.

M. Sheldon, qui est considéré aux Etats-Unis comme une autorité en matières d'économie commerciale, a vivement intéressé ses nombreux auditeurs.

Le conférencier dit avec raison que pour aider tout homme à devenir un maître dans sa vocation, il faut lui inculquer les principes de la Science qui permet d'édifier un commerce.

Quant à l'efficacité, il y a quatre catégories de personnes dans chaque vocation: les indifférents, les studieux, les adeptes et les maîtres.

L'homme indifférent aux problèmes du succès, reste aussi indifférent par rapport à son propre développement en vue d'atteindre un plus haut point d'efficacité.

Par conséquent, il n'étudie pas.

Le studieux a reconnu que la science appliquée est une puissance. Aussi, étudie-t-il les hommes et les choses; il étudie dans les livres et dans tout ce qui l'environne.

Au fur et à mesure que le studieux apprend et devient plus apte à appliquer avec succès la science qu'il a acquise, il devient aussi un adepte de tout ce qu'il fait.

L'adepte est un artiste, c'est-à-dire qu'il met de l'art dans tout ce qu'il fait.

Enfin, comme il contracte l'habitude de bien faire tout ce à quoi il touche, l'adepte devient un maître dans sa sphère.

Et la raison pour laquelle il y a tant de place au haut de l'échelle, c'est qu'il y a trop peu de maîtres; et aucun de ceux-là n'est devenu un maître sans avoir été un adepte d'a-

bord. Et pour devenir un adepte il faut avoir été studieux, tout comme pour devenir studieux il faut avoir secoué son indifférence.

Il n'est pas de plus fort levier que la science, et il va sans dire que l'édification et le développement du commerce et des industries dans le monde ont eu besoin d'une ferme base de procédés scientifiques.

Et pour ceux qui sont quelque peu familiers avec "The Sheldon School", savent que cette science, ces connaissances peuvent s'organiser avec succès.

Ce travail d'organisation des lois naturelles du succès au profit du commerce, marque une ère nouvelle dans la vie commerciale qu'il élève au rang des professions, car la profession est la science mise en pratique.

Cette science, qui doit servir de base à toute entreprise commerciale, et sans laquelle aucun commerce ne peut connaître le succès, cette science, disons-nous, M. A.-F. Sheldon la possède et la maîtrise. Il a posé devant les membres de l'Association des Marchands Détaillants des problèmes qu'il résout avec une extrême facilité, et nul doute qu'il a, grâce à cette conférence, désillé les yeux de nombre de nos marchands routiniers.

Par cela il nous aura rendu un service inappréciable, en plus d'avoir fait comprendre qu'une école où l'on pourrait enseigner les méthodes commerciales selon ses propres données, s'impose d'une façon impérieuse à Montréal.

La Métropole du Canada est lancée dans la voie d'un progrès dont personne ne saurait aujourd'hui déterminer l'importance. Aussi, convient-il de lever les yeux et de regarder en avant. Dans dix ans, que seront devenues les maisons prospères d'aujourd'hui si nous ne prenons pas dès maintenant les précautions nécessaires à assurer de dignes successeurs à ceux qui ont consacré une vie qui s'achève, à leur édification?

ACHETEUR vs VENDEUR.

Les voyageurs de commerce font souvent de l'acheteur l'objet de leurs critiques. Il les fait attendre trop longtemps en dehors de son bureau, ou il se sert d'un voyageur contre un autre pour raser les prix; mais il existe beaucoup plus de mécontentement contre l'acheteur qui persiste à vouloir amoindrir le vendeur au point de vue de l'honnêteté. Comme question de fait, la moyenne est très élevée des voyageurs sincères, francs et loyaux. Ils disent la vérité sur le compte de leurs marchandises et sont toujours disposés à bien traiter leurs rivaux. Les bons voyageurs savent par expérience que c'est une très mauvaise tactique que de tromper l'acheteur sur la qualité d'un article et d'exagérer la hausse des prix. Les relations entre vendeur et acheteur s'établissent ou se rompent, selon que le vendeur est ou n'est pas digne de foi. Par conséquent, l'acheteur qui n'agit que de méfiance s'expose naturellement à se faire détester.

Et, comme propriétaire, cette politique, cette ligne de conduite est loin de lui être profitable. Tout homme doit être considéré comme honnête tant qu'il n'a pas prouvé le contraire.

La franc-maçonnerie du commerce est une puissance influente aussi bien pour le bien que pour le mal.

LES VOYAGEURS DE COMMERCE EN VINS ET SPIRITUEUX.

L'information suivante, que nous extrayons du Bulletin Mensuel publié par la Chambre de Commerce Française de Montréal, ne manque pas d'intérêt pour le commerce en gé-

néral, mais surtout les voyageurs de commerce étrangers, vendant sur échantillons, et admis à faire au Canada des placements de leurs vins et spiritueux.

La législation portant réglementation de ces articles varie considérablement de province en province; elle est de plus si fréquemment remaniée, qu'il sera toujours préférable pour les intéressés de s'informer à nouveau par eux-mêmes auprès des différents gouvernements provinciaux, avant de tenter leurs premières démarches, car les infractions à la loi sont toujours réprimées par de fortes amendes et même des peines d'emprisonnement.

Cette réserve faite sur l'instabilité de la situation, nous publions ci-dessous les conditions actuellement en vigueur sur le territoire de chaque province, de l'Est à l'Ouest:

Ile du Prince Edouard. — La loi vise tout spécialement les voyageurs de commerce en vins et spiritueux, qu'ils vendent sur la production d'échantillons ou de catalogues ou même simplement par offres verbales.

Elle leur impose une licence de deux cents dollars, payable d'avance et valable pour un an à dater du jour où elle a été accordée.

Nouvelle-Ecosse. — Dans cette province, il n'y a pas de loi spéciale; les voyageurs de commerce en vins et spiritueux sont donc assujettis aux conditions générales du commerce et vendent librement sur échantillons, à la condition toutefois que leur maison n'ait aucun bureau ou entrepôt sur le territoire de la province, ni aucun agent ou représentant y résidant.

Il y a lieu de remarquer que la majeure partie de la Nouvelle-Ecosse est sous le régime d'une loi fédérale de tempérance, qui donne aux différentes municipalités le droit de prohiber l'usage des boissons alcooliques dans leurs limites, où il n'existe donc aucun commerce de ces produits.

Nouveau-Brunswick. — Ici, le montant de la taxe est de cent dollars, étant spécifié "que le voyageur peut solliciter, auprès des marchands de gros, des ordres de gros pour importation directe d'un pays étranger dans cette province."

Dans le second cas, la licence est de cinq cents dollars, étant spécifié "qu'il peut vendre à la fois aux commerces licenciés de gros et de détail". Cette taxe représente d'ailleurs la licence ordinaire du commerce de gros appliquée dans les plus grandes villes; indépendamment des amendes encourues pour infraction à la loi, aucune action ne pourrait être exercée légalement en paiement de marchandises ainsi indûment vendues.

Ces licences expirent au 1er mai suivant la date à laquelle elles ont été accordées; il n'est pas fait de fraction de ces taxes.

Québec. — Dans cette province tout agent ou voyageur de commerce, sollicitant des commandes de vins ou spiritueux sur échantillons, doit acquitter une taxe de trois cents dollars, échéant au 1er mai.

Cette licence lui donne droit de visiter tout genre de clientèle, à la condition toutefois qu'il ne possède aucun stock de marchandises en douane ou autrement.

En cas d'infraction à cette disposition de la loi, indépendamment d'une amende et contrainte par corps, s'il y a lieu, les marchandises peuvent être saisies par les autorités, qu'elles soient ou non la propriété de la personne les ayant offertes en vente.

Ontario. — Le voyageur de commerce doit prendre une licence en son propre nom, lui permettant de vendre sur échantillons ou à la commission; le coût en est de trois cents dollars.

Si la marchandise offerte en vente était la propriété du vendeur, elle devrait être prise au nom de la maison de commerce elle-même et coûterait alors cinq cents dollars, par semaine, et donnant droit à un stock de marchandises dans les limites de la province.

L'année fiscale de la province d'Ontario commence au 1er mai.

Manitoba. — Cette province impose une taxe de trois cents dollars par an dans les mêmes conditions générales que ci-dessus.

Saskatchewan. — Le voyageur de commerce ou le représentant doit payer une licence de deux cent dix dollars, à la condition de ne pas posséder de stock de marchandises dans les limites de la province.

Ils ne doivent pas vendre moins de cinq gallons à la fois pour les liquides en fût et pas moins de 12 bouteilles ou 24 demi-bouteilles pour les liquides en caisse.

Comme l'année fiscale de la Saskatchewan part du 1er juillet, les licences prises dans le courant de l'année prennent fin au 30 juin suivant la date à laquelle elles ont été attribuées.

Alberta. — Les conditions sont semblables en tout point à celles de la Saskatchewan.

Colombie Britannique. — Il n'y a pas de taxe spéciale dans cette province; la vente sur échantillons y est donc libre.

Toutefois il y a lieu de signaler ici une législation relative à tous les genres de commerce, en vertu de laquelle, une Société anonyme étrangère, faisant affaires dans les limites de la province, doit y être enregistrée spécialement sous peine d'être frappée d'amende et de perdre tout droit de recours contre ses débiteurs, le cas échéant.

L'EXPOSITION DE PRODUITS ALIMENTAIRES.

Ce qu'elle est destinée à rapporter au commerce en général.

Depuis un certain nombre d'années, un grand nombre de maisons canadiennes ont pris l'habitude de profiter des occasions qui leur sont offertes d'exhiber des échantillons de leurs marchandises devant le public qui se presse en foule aux expositions. Dans certaines localités, l'exposition annuelle est considérée comme l'un des événements les plus importants de l'année et les visiteurs y accourent de toutes les régions environnantes.

Ces démonstrations attirent des milliers de personnes et créent une multitude de demandes de renseignements.

L'exposition qui s'ouvrira le 11 du courant dans les salles d'exercices du 65e Régiment, sera d'un caractère tout à fait différent des autres, en ce qu'elle sera restreinte à une seule catégorie d'articles: les produits alimentaires. Dans les expositions générales où l'on montre de tout un peu, le visiteur dispose généralement de très peu de temps pour s'arrêter à chaque boutique et faire une étude plus ou moins sérieuse des étalages. Les jeux et amusements qui sont le principal attrait, font que l'attention du public est distraite du but principal. A l'exposition organisée sous les auspices de l'Association des Epiciers de Montréal, on ne verra que des produits alimentaires de toutes sortes et de toutes provenances, et on pourra les examiner à loisir. Il n'est pas un seul marchand de la province de Québec qui ne voudra voir cette exposition qui promet d'éclipser toutes les précédentes du même genre. Nous avons déjà mentionné ici quelques-uns des avantages qu'on peut tirer d'une visite à l'exposition. Nous pourrions nous étendre beaucoup plus longuement encore sur le sujet; mais il nous semble que nous en avons dit suffisamment pour faire comprendre à tous les commerçants qu'ils ne devraient pas manquer l'occasion. Ils devraient comprendre que, du moment qu'il leur sera avantageux de se déranger, fut-ce dans la moindre mesure, ils ne doivent pas reculer.

Aussi, les organisateurs comptent-ils sur une assistance considérable, et nous espérons qu'ils ne seront pas déçus.

LA CONVENTION ANNUELLE DES MARCHANDS-DETAILLEURS.

La convention annuelle des Marchands-Détailliers, section de la province de Québec, aura lieu cette année à Montréal, tel qu'annoncé, les 15 et 16 octobre, durant la semaine d'exposition des produits alimentaires.

Le programme des séances est très chargé cette année et comporte plusieurs questions de la plus haute importance pour le commerce de détail. Il est à espérer que tous les membres se feront un devoir d'y assister, non seulement pour entendre la discussion que soulèveront les divers projets mis à l'étude, mais aussi pour aider de leurs suggestions.

Comme nous avons déjà eu l'occasion de le signaler ici, à l'occasion de cette convention les compagnies de chemins de fer ont consenti une réduction de leurs taux de transport en faveur de ceux qui désirent prendre part aux délibérations. Pour avoir droit à cette réduction, il suffira de se procurer de son chef de station un certificat de convention et de le faire remplir selon les règles par le secrétaire de l'Association à Montréal.

Pas un seul membre de l'Association ne devrait rester sourd à l'appel des chefs. Leur présence aux assemblées s'impose, et ils auront en même temps l'occasion de voir l'exposition de produits alimentaires qui est destinée à éclairer la plupart d'entre eux sur la production du Canada et sur les avantages qu'ils peuvent en retirer en toutes occasions.

CHEZ LES EPICIERS DETAILLANTS.

Mercredi soir, dans le local de l'Association, 80 rue St-Denis, a eu lieu l'assemblée régulière mensuelle de la Section des Epiciers, Succursale de Montréal, de l'Association des Marchands-Détailliers du Canada, Incorporée.

Voici le rapport détaillé des délibérations:

Minutes de l'assemblée de la Section des Epiciers, Succursale de Montréal, de l'Association des Marchands-Détailliers du Canada, Inc., tenue le 1er octobre 1913, sous la présidence de M. G.-A. Archambault.

Etaient présents: MM. G. A. Archambault, Pierre Filion, R. Desautels, J. D. Boileau, J. A. Doré, A. Laniel, R. Bernard, J. A. Sansregret, E. Bernier, L. Phaneuf, N. Séguin, R. Gervais, H. Mailloux, P. Brunet, etc., etc.

Les minutes de l'assemblée précédente ont été lues et adoptées à l'unanimité.

La lettre convoquant l'assemblée a aussi été lue.

Le président fait ensuite rapport du pique-nique de la Section des Epiciers qui a eu lieu au mois de juillet dernier. Ce rapport démontre que les recettes du dernier pique-nique ont dépassé de beaucoup celles de tous les précédents.

Il est proposé par M. A. Laniel, secondé par M. J.-A. Doré, que le rapport du pique-nique soit adopté tel que lu. Adopté.

Il est ensuite proposé par M. J.-D. Boileau, secondé par M. Pierre Filion, que M. N. Séguin soit nommé président honoraire du comité de réception pour l'exposition d'épicerie qui doit avoir lieu à Montréal, dans les salles de l'arsenal du 65ème Régiment, du 11 au 18 octobre courant. Adopté.

Sur suggestion de M. Pierre Filion, il a été adopté à l'unanimité que tous les membres présents fassent partie du comité de réception, pour cette exposition.

Il a été proposé par M. J.-D. Boileau, secondé par M. Pierre Filion, qu'une copie du dernier règlement de fermeture de bonne heure soit affichée en permanence dans la

salle des assemblées et que M. Séguin soit autorisé à nommer des membres de la Section des Epiciers, qui devront voir les contrôleurs et le chef de police pour faire observer ces règlements. Adopté.

M. Archambault, avant de clore l'assemblée, fait allusion aux élections des officiers qui aura lieu à la prochaine assemblée. Il remercie tous les membres présents, et invite les autres membres à venir en plus grand nombre aux assemblées.

Rien autre chose n'étant venu devant l'assemblée, celle-ci est ajournée.

LE NOUVEL EMPLOYE.

Quels sont les moyens à prendre pour en faire un commis utile et loyal?

Quelle que soit l'importance de votre magasin, lorsque arrive le changement de saison, vous devez augmenter votre personnel de vente de quelques unités. Fatalement, quelques-uns de ces aides, jeunes gens ou jeunes filles, que vous vous adjoindrez, ne seront pas dès le début de grande utilité; ils sont pour la plupart sans expérience, n'ont pour eux que leur bonne volonté et leur désir de bien faire, et pour toute recommandation, leur besoin de travailler et leur ambition d'arriver.

Ils connaissent peu ou pas du tout les articles qui vont être mis entre leurs mains, et n'ont aucune notion de l'art de vendre. Beaucoup même n'ont pas encore atteint leur plein développement intellectuel: Ceci n'est pas un défaut, nous dirons même que c'est un avantage pour eux aussi bien que pour les hommes qui sont appelés à les former, car ils apprendront avec plus de facilité et retiendront aisément ce qu'ils auront appris.

Savoir attribuer au plus capable la meilleure place.

La plus grosse difficulté de cette question n'est pas tant la façon d'enseigner que celle de pressentir l'homme capable et de le destiner à la bonne place. Dans cette évaluation du degré de capacité de l'un ou de l'autre, le patron est sujet à se tromper et commet souvent autant d'erreurs que le plus petit de ses employés. Cela s'explique aisément:

Exception faite pour les grands magasins ayant un vaste service organisé, et dans lesquels le chef du personnel est chargé du recrutement des vendeurs, c'est au chef de la maison qu'incombe ordinairement cette mission, d'interroger l'employé qui se présente et de reconnaître sa valeur. Or, un chef de maison est en général fort affairé, il a dans la tête mille et une choses importantes et urgentes et il n'a que peu de temps à consacrer à l'examen du nouveau venu.

Le choix de l'employé.

Trop souvent, l'attention apportée au choix d'un employé est des plus légères et des plus négligées; on se contente de s'enquérir de son âge, de son emploi précédent, quelquefois de sa famille et de ses habitudes. Sans doute, ces renseignements peuvent fournir quelque indication sur les aptitudes du jeune homme comme vendeur, mais ce n'est là qu'un exposé superficiel et de considération secondaire. Les intentions du jeune homme, ses aspirations, son caractère, son idéal, ses préférences, sa mentalité, son tact, sa prévoyance, son énergie, sa force de volonté, etc., sont des choses qui doivent entrer en ligne de compte. C'est sur ces données que s'édifia la capacité du nouveau venu. C'est ce qui constituera sa personnalité. Aussi, est-ce cela que l'on doit s'attacher à découvrir et à peser judicieusement. Pour

porter un jugement en toute équité, il faut réfléchir longuement avant de se décider.

Quand un homme ou une femme se présentent pour la première fois chez un patron, ils ne sont pas vus sous un jour très favorable, leur maintien décontenancé et gêné affecte le plus souvent leur véritable personnalité, leur timidité du premier moment relègue au second plan leurs qualités et accentue la mauvaise impression. C'est pourquoi il est préférable de réclamer, si on en a le temps, deux visites du postulant, fût-ce dans la même journée; au second entretien, il sera redevenu lui-même, se rendra mieux compte de ce qu'on attend de lui et aura laissé à la porte cette contrainte défavorable qui caractérise invariablement sa première rencontre.

Après que l'employé a été retenu.

Le patron lui-même, surtout dans les petits magasins, doit donner quelques explications au nouveau venu, sur la façon de tenir l'emploi auquel il l'a affecté. Il n'est pas bon de le laisser complètement à la merci de celui qui travaille à ses côtés ou qui est son supérieur immédiat, car celui-ci peut être un très bon vendeur, sans pouvoir lui indiquer la manière de procéder. A ce propos, il est bon d'ajouter que lorsqu'il y a un nouvel employé dans une maison, le patron doit réunir les chefs de rayons et leurs subordonnés pour leur en faire part, et leur recommander de lui réserver un accueil amical et de ne rien négliger pour lui permettre de se mettre en valeur. Ils devront l'assister volontiers jusqu'à ce qu'il soit parfaitement au courant, et ce, par de multiples petits services ou renseignements si faciles à rendre et cependant si précieux au début! Ce sera pour eux un plaisir d'observer cette conduite, s'ils y ont été accoutumés eux-mêmes en arrivant dans ce magasin et si le chef de maison le leur demande simplement. Leur appui décidera de l'avenir de ce nouvel employé; s'il devient un bon vendeur, ils y seront pour quelque chose et c'est, par conséquent, pour leur maison qu'ils auront travaillé.

Inspirez-lui des sentiments de dévouement.

Le dévouement est l'élément indispensable au succès du nouvel employé; elle le stimule dans ses efforts et développe son énergie. Quelle que soit la faible importance de sa vente, qu'il soit affecté à vendre des cravates à 25 cents ou des savons au sous-sol, il doit avoir le même idéal enthousiaste pour arriver à égaler les premiers vendeurs. Le dévouement croît avec les années, mais il faut qu'il soit en germe au plus profond de l'être.

Dans les grands magasins, c'est l'acheteur qui se charge de l'éducation du nouvel employé. Dans ceux de moindre importance, c'est le patron qui cumule tous les hauts emplois et c'est à lui que revient le soin de mettre au courant le nouveau venu. Lorsqu'il arrive, faites plus que de lui indiquer un clou pour placer son chapeau et un porte-manteau pour suspendre ses vêtements; causez-lui de temps à autre, ne lui commandez pas seulement, mais inculquez-lui les grandes idées qui vous ont toujours guidé. Faites-lui part de vos propres ambitions, dites-lui ce que vous comptez arriver à faire de votre magasin et donnez-lui à entendre que vous avez besoin de son aide. Des centaines d'hommes d'affaires emploient cette manière de faire vis-à-vis de leurs employés, mais il en est encore plus qui, pour une raison ou pour une autre, agissent de façon toute différente.

Le nouvel employé a besoin d'être stimulé autant que dirigé. Veillez à ce qu'il en soit ainsi dans votre magasin et vous vous formerez de précieux auxiliaires.

COMPAGNIES INCORPOREES.

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

"La Compagnie d'Immeubles Mequick, Limitée," pour faire le commerce général d'immeubles, louer, acheter et transiger sur les immeubles; arpenter, subdiviser, améliorer et développer des terres, dans le but de les vendre, ou autres buts et pour faire et accomplir toutes choses nécessaires et utiles à ces fins pour des résidences, des établissements de commerce ou des industries. Capital-actions, \$49,000, à Québec.

"La Maison Carignan, Limitée", pour manufacturer, acheter, vendre, importer, exporter des meubles, tapis, pré-larts, balayeuses, rideaux, tentures, draperies, ornements de maisons et faire le commerce de meubles en général et dans toutes ses lignes. Capital-actions, \$49,500, à Trois-Rivières.

"La Compagnie d'Immeubles et d'Élévateur Champlain, Limitée," pour faire en général le commerce d'immeubles et toutes transactions immobilières et mobilières s'y rapportant; construire un ou des élévateurs pour piétons, chevaux, voitures et faire toutes transactions et passer tous contrats pour les fins d'iceux. Capital-actions, \$49,000, à Québec.

"Parc Saint-Malo, Limitée," pour faire le commerce d'immeubles, acquérir, disposer de la manière et conditions qui seront jugées convenables de tout immeuble généralement quelconque. Capital-actions, \$199,000, à Québec.

"The Montreal Automobile Trade Association, Limited," pour promouvoir les intérêts de personnes intéressées dans les automobiles, véhicules à moteurs et leurs accessoires de quelque nature que ce soit; organiser des expositions temporaires, courses, etc. Capital-actions, \$10,000, à Montréal.

"La Compagnie des Abattoirs de Québec," pour acquérir, donner à bail, détenir, louer, ériger, établir et administrer des quais, abattoirs et bâtisses pour l'emballage, engrais, boucherie et préparation des viandes. Capital-actions, \$299,000, à Québec.

LES PEINTURES MARTIN-SENOUR.

Il nous fait plaisir d'accuser réception d'une très intéressante brochure publiée par la maison si avantageusement connue Martin-Senour, Limited, à propos de "Paint Salad". Il y est traité de l'art de vendre de la peinture, d'une manière à la fois pratique et quelque peu humoristique. On y trouve des articles fourmillant de détails qui seront d'un grand intérêt pour tous les marchands-détaillants de peinture et jusqu'à une poésie, d'un tour vif, intitulée "Mixing Paint and Poetry". On y annonce les conditions d'un concours entre marchands et employés vendant les peintures Martin-Senour, ainsi que le nombre et la valeur des prix; enfin, un nouveau système de vente pour augmenter le chiffre des affaires pendant cet automne.

Soyez toujours circonspect et courtois. Supportez les fautes des uns, l'impolitesse des autres, et pardonnez à tout le monde, excepté à vous-même.

Epicerie et Provisions

LA SITUATION.

Les sucres ont baissé de 10c par cent livres, mercredi matin. C'est le seul changement notable qui se soit produit depuis huit jours. On attend d'un jour à l'autre des prix pour la nouvelle importation d'Europe. On comptait les avoir pour le 1er octobre. Les affaires continuent à être assez actives et la satisfaction est générale dans les maisons d'épicerie en gros.

Nous cotons:

SUCRES

Nous cotons:

| | |
|---|-------|
| Extra granulé, sac, les 100 lbs. | 4.50 |
| Extra granulé, ball, 5 x 20, 100 lbs. | 4.60 |
| Extra ground, baril les 100 lbs. | 4.90 |
| Extra ground, bte 50 lbs. 100 lbs. | 5.10 |
| Extra ground, ½ bte 25 lbs., 100 lbs. | 5.30 |
| No 1 Yellow, baril les 100 lbs. | 4.15 |
| No 1 Yellow, sac les 100 lbs. | 4.10 |
| Powdered, baril 100 lbs. | 4.70 |
| Powdered, bte 50 lbs. les 100 lbs. | 4.90 |
| Paris Lumps, ½ bte 25 lbs. 100 lbs. | 5.55 |
| Crystal Diamond, btes 100 lbs. | 5.25 |
| Crystal Diamond, ½ bte 50 lbs. les 100 lbs. | 5.35 |
| Crystal Diamond, ¼ bte 25 lbs. les 100 lbs. | 5.55 |
| Crystal Diamond, Domino, 20 cartons 5 lbs. les 100 lbs. | 0.35 |
| Sucres bruts cristallisés, lb. | 0.04 |
| Sucres bruts non cristallisés, lb. | 0.03½ |

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

MELASSES

Très bonne demande.

| | | | |
|-------------------------|------|------|------|
| Barbade, choix, tonne | 0.36 | 0.37 | 0.39 |
| Barbade, tierce et qrt. | 0.39 | 0.40 | 0.42 |
| Barbade, demi qrt. | 0.41 | 0.42 | 0.44 |
| Mélasse, fancy, tonne | 0.38 | 0.39 | 0.41 |

| | | | |
|---------------------------------|------|------|------|
| Mélasse, fancy, tierce et quart | 0.41 | 0.42 | 0.44 |
| Mélasse, fancy, demi qrt. | 0.43 | 0.44 | 0.46 |

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

LARD AMERICAIN

| | |
|------------------------|-------|
| 1ère qualité, le quart | 28.00 |
| 2ème qualité, le quart | 27.00 |

SAINDOUX

Bonne demande.

La lb.

| | |
|------------------------------|-------|
| Saindoux pur, en tinette | 0.15 |
| Saindoux pur, en seau | 3.10 |
| Saindoux pur, cse de 10 lbs. | 0.15½ |
| Saindoux pur, cse de 5 lbs. | 0.15½ |
| Saindoux pur, cse de 3 lbs. | 0.16 |

FARINES ET PATES ALIMEN-

TAIRES

Pâtes alimentaires

Bonne demande.

Nous cotons:

| | | |
|------------------------------|------|------|
| Arrow root, boîte de 7 lbs. | 0.15 | |
| Farine Five Roses, qrt. | 0.00 | 6.25 |
| Farine Five Roses, sac | 0.00 | 3.25 |
| Farine Household, qrt. | 0.00 | 6.25 |
| Far. "Regal", qrt. | 0.00 | 6.70 |
| Far. patente hongroise, qrt. | 0.00 | 6.40 |
| Farine à pâtis. Océan, qrt. | 0.00 | 5.85 |
| Far "Regal", sac | 0.00 | 3.20 |
| Far. d'avoine granulée, sac | 0.00 | 2.70 |
| Far. d'avoine standard, sac | 0.00 | 2.70 |

| | | |
|--|-------|-------|
| Farie d'avoine fine, sac | 0.00 | 2.70 |
| Farine d'avoine roulée, brl. | 0.00 | 5.10 |
| Farine d'avoine roulée, sac | 0.00 | 2.40 |
| Farine de sarrasin, sac | 0.00 | 2.75 |
| Far. de blé-d'Inde, sac | 0.00 | 2.25 |
| Banner, Saxon et Quaker | | |
| Oats, et Ogilvie, caisse | 0.00 | 4.00 |
| Cream of wheat, cse | 0.00 | 5.75 |
| Fécule de maïs, 1e qlté, lb. | 0.07½ | 0.07½ |
| Fécule de maïs, 2e qlté, lb. | 0.06 | 0.06½ |
| Fécule de pommes de terre, qrts de 1 lb., doz. | 0.00 | 1.35 |
| Vermicelle, macaroni et spaghetti Canadiens btes de 5 lbs., lb. | 0.00 | 0.27½ |
| En vrac | 0.00 | 0.05½ |
| Paquets de 1 lb. | 0.00 | 0.07 |
| Nouilles aux oeufs: | | |
| Paquets de ½ lb., lb. | 0.00 | 0.07½ |
| Spaghetti, pâtes assorties: | | |
| alphabets, chiffres, animaux nouilles, coudes, importés en vrac, lb. | 0.00 | 0.07½ |
| En paquets de 1 lb. | 0.00 | 0.08 |
| Tapioca pearl, en sac, la " | 0.04½ | 0.05 |
| Tapioca seed, en sac, la " | 0.04½ | 0.05 |
| Sagou | 0.04½ | 0.05 |

FROMAGES CANADIENS

Bonne demande.

Les fromages petits et gros se vendent aux épiciers 16c et 16½c la livre.

VINAIGRE

Nous cotons, prix nets:

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

THES

Les thés verts de Chine à prix moyens sont très en demande. Il se fait des affaires considérables en thés de toutes provenances.

EPICES PURES, GRAINES ET SEL

Bonne demande courante.

Nous cotons:

| | | | |
|--------------------------|-----|-------|------|
| Allspice, moulu | lb. | 0.00 | 0.18 |
| Anis | " | 0.08 | 0.09 |
| Canary Seed | " | 0.08½ | 0.09 |
| Cannelle, moulu | " | 0.00 | 0.25 |
| Cannelle en mattes | " | 0.18 | 0.22 |
| Clous de girofle moulus | " | 0.00 | 0.30 |
| Chicorée canadienne | " | 0.12 | 0.13 |
| Clous de girofle entiers | " | 0.25 | 0.27 |
| Colza | " | 0.06 | 0.08 |
| Crème de tartre | " | 0.00 | 0.30 |
| Gingembre moulu | " | 0.00 | 0.25 |
| Gingembre en racine | " | 0.17 | 0.20 |
| Graine de lin non moulu | " | 0.03½ | 0.04 |
| Graine de lin moulue | " | 0.06 | 0.07 |
| Graine de chanvre | " | 0.05½ | 0.07 |
| Macis moulu | " | 0.00 | 0.75 |
| Mixed spices moulus | " | 0.00 | 0.25 |
| Muscade moulu | " | 0.00 | 0.50 |
| Muscade | " | 0.20 | 0.35 |
| Piments (clous ronds) | " | 0.07½ | 0.10 |
| Poivre blanc rond | " | 0.25 | 0.27 |
| Poivre blanc moulu | " | 0.00 | 0.28 |
| Poivre noir rand | " | 0.15 | 0.17 |
| Poivre noir moulu | " | 0.00 | 0.20 |
| Poivre de Cayenne pur | " | 0.00 | 0.25 |
| Whole pickle spice | " | 0.16 | 0.20 |

| | | |
|-------------------------------|------|------|
| Sel fin en sac | | 1.35 |
| Sel fin en ¼ de sac | 0.00 | 0.45 |
| Sel fin, quart, 3 lbs. | 0.00 | 3.25 |
| Sel fin, quart, 5 lbs. | 0.00 | 3.15 |
| Sel fin, quart, 7 lbs. | 0.00 | 3.05 |
| Sel fin, en quart de 280 lbs. | | |
| Ordinary fine | 0.00 | 1.80 |
| Fine | 0.00 | 2.05 |
| Dairy | 0.00 | 2.15 |
| Cheese | 0.00 | 2.45 |
| Gros sel, sac | 0.65 | 0.80 |

ORGE

Légumes secs.

Nous cotons:

| | | |
|-----------------------------------|-------|-------|
| Orge mondé (pot), sac | 0.00 | 3.00 |
| Orge mondé (pot), baril | 0.00 | 6.75 |
| Fèves de Lima de Cal., lb. | 0.07 | 0.07½ |
| Orge mondé (pearl), sac | 0.00 | 4.85 |
| Fèves blanches, Can., lb. | 0.03 | 0.03½ |
| Fèves jaunes minot | 2.00 | 2.10 |
| Lentilles rouges, par sac, lb. | 0.05 | 0.06 |
| Lentilles vertes, par sac, lb. | 0.06 | 0.07 |
| Pois Verts, No 1 lb. | 0.04½ | 0.04½ |
| Pois cassés, le sac | 0.03½ | 0.03½ |
| Blé-d'Inde à soupe, cassé, le sac | 0.00 | 2.40 |

RIZ

La demande est bonne.

Nous cotons:

Riz importés:

| | | | |
|--|------|-------|------|
| Riz Patna, sacs de 112 lbs., suivant qualité | lb. | 0.05½ | 0.06 |
| Riz Carolina | | 0.08 | 0.09 |
| Riz moulu | | 0.00 | 0.06 |
| Riz soufflé (puffed) cse de 36 paquets de 2 pintes | | 0.00 | 4.25 |
| Riz décortiqués au Canada: | | | |
| Les prix ci-dessous s'entendent f.o.b. Montréal. | | | |
| Qualité B, sac 250 lbs. | 0.00 | 3.30 | |
| Qualité C, sac 100 lbs. | 0.00 | 3.20 | |
| Sparkle | 0.00 | 5.10 | |
| India Bright (sac de 100 lbs) | 0.00 | 3.45 | |
| Lustre | 0.00 | 3.55 | |
| Polished Patna | 0.00 | 4.40 | |
| Pearl Patna | 0.00 | 4.60 | |
| Imperial Glacé Patna | 0.00 | 4.90 | |
| Crystal Japan | 0.00 | 5.10 | |
| Snow Japan | 0.00 | 5.30 | |
| Ice Drips Japan | 0.00 | 5.45 | |

FRUITS SECS

Assez bonne demande.

Nous cotons:

Dattes et figues:

| | | | |
|-------------------------------------|-------|-------|------------|
| Dattes en vrac | 1 lb. | 0.00 | 0.05 |
| Dattes en pqts de | 1 lb. | 0.06½ | 0.07 |
| Figues sèches en boîtes, | | | |
| 3 couronnes | lb. | 0.09½ | 0.10½ |
| 7 couronnes | lb. | 0.13½ | 0.14 |
| 5 couronnes | lb. | 0.11½ | 0.12 |
| 6 couronnes | lb. | 0.13 | 0.13½ |
| 9 couronnes | lb. | 0.14½ | 0.15 |
| 16 onces | bte | 0.11½ | 0.12½ |
| 10 onces | bte | 0.07½ | 0.08 |
| Raisins de Corinthe. | | | Lb. |
| Corinthe Filiatras, en vrac | 0.06½ | 0.07 | |
| Corinthe Filiatras en cartons 1 lb. | 0.07½ | 0.08½ | |
| Raisins de Malaga. | | | Lb. |
| Rideau | bte | 0.00 | 2.50 |
| Balmoral | bte | 0.00 | 3.00 |
| Orléans | bte | 0.00 | 4.00 |
| Royal Excelsior | bte | 0.00 | 5.50 |
| Raisins Sultana. | | | Lb. |
| En vrac | | 0.00 | 0.10 |
| Cartons, 1 lb. | | 0.00 | 0.11½ |

| Raisins de Valence. | | Lb. | Pois Can. English Garden | 0.80 | 0.82½ | achards | bte | 0.17 | 0.18 |
|--|------------|-------|---|--------|-------|---|-----|-------|-------|
| Valence fine off Stalk, btes de 28 lbs. | 0.00 | 0.00 | Pois Can. Early June | 0.82½ | 0.85 | Sardines can. ¼ bte, cse | | 3.50 | 4.00 |
| Valence Selected, btes de 28 lbs. | 0.00 | 0.00 | Pois Can. Ext. Fine Sifted | 0.00 | 1.27½ | Sardines françaises, ¼ btes | | 0.16½ | 0.31 |
| Valence Layers, 4 cour., btes de 28 lbs. | 0.00 | 0.09½ | Succotash 2 lbs. | 0.00 | 1.15 | Sardines françaises, ½ btes | | 0.22 | 0.50 |
| Raisins de Californie. | Lb. | | Tomates P. S. I., 3 lbs. | 0.00 | 1.60 | Sardines Norvège, ¼ bte | | 7.50 | 11.00 |
| Epépinés, paq. 1 lb., fancy | 0.00 | 0.09½ | Tomates P. S. I., 3 lbs. non livrées | 0.00 | 0.00 | Sardines Norvège, ½ bte | | 17.00 | 18.00 |
| Epépinés, paq. 1 lb., choix | 0.00 | 0.09 | Tomates, 3 lbs., doz. | 1.35 | 1.4. | Sardines Royan à l'huile, ¼ | | 0.40 | 0.42 |
| Noix et Amandes. | Lb. | | Tomates, gall. | 4.00 | 4.02½ | Sardines sans arêtes | | 0.23 | 0.24 |
| Amandes Tarragone | 0.15½ | 0.17½ | Truffes, ¼ boîte | 5.00 | 5.40 | Saumon Labrador 100 lbs. | | 0.00 | 8.50 |
| Amandes Valence écalées | 0.38 | 0.40 | | 1½ lb. | 0.00 | Saumon Cohoes, Fraser River, 1 lb. | | 0.00 | 1.40 |
| Avelines | 0.13 | 0.14 | Ananas importés 2½ lbs. | 0.00 | 2.40 | Saumon rouge: | | | |
| Noix de Grenoble Mayette | 0.15 | 0.16 | Ananas entiers (Can.) 3 lb. | 0.00 | 2.45 | Horse Shoe et Clover Leaf, boîte basse, ½ lb. doz. | | 1.50 | 1.52½ |
| Noix Marbot | 0.15 | 0.16 | Ananas tranchés (Can.) 2 lb. | 0.00 | 1.90 | Horse Shoe et Clover Leaf, boîte basse, 1 lb. doz. | | 2.65 | 2.67½ |
| Noix de Bordeaux écalées | 0.31 | 0.33 | Ananas râpés (emp. Can.) 2 lbs. | 0.00 | 1.45 | Saumon rouge Sockeye (Rivers' Inlet), bte haute, 1 lb. doz. | | 1.90 | |
| Noix du Brésil | 0.20 | 0.21 | Bluets Standard doz. | 0.00 | 1.25 | Saumon rouge du printemps, bte haute, 1 lb. doz. | | 0.00 | 1.65 |
| Noix de coco râpées, à la lb. | 0.20½ | 0.22½ | Cerises rouges sans noyau 2 lbs. | 1.90 | 1.92½ | Saumon Humpback, 1 lb. doz. | | 0.00 | 0.95 |
| Noix Pécan polies | 0.18 | 0.19 | Fraises, sirop épais, 2 lbs. | 1.90 | 1.92½ | Truite des mers 100 lbs. | | 0.00 | 7.00 |
| Noix Pécan cassées | 0.00 | 0.00 | Framboises, sirop épais, 2 lbs. | 1.90 | 1.92½ | HARENGS DU LABRADOR | | | |
| Peanuts non rôties, Sun | 0.00 | 0.09½ | Gadelles rouges, sirop épais, 2 lbs. | 0.00 | 1.90 | Quarts | | 5.25 | |
| Peanuts non rôties, Bon Ton | 0.00 | 0.11 | Gadelles noires, sirop épais, 2 lbs. | 0.00 | 1.90 | ¼ quarts | | 3.00 | |
| Peanuts non rôties, Coon | 0.00 | 0.07½ | Groselles, sirop épais, 2 lbs. | 0.00 | 1.75 | FROMAGES IMPORTES | | | |
| Peanuts rôties, Coon | 0.09 | 0.09½ | Marinades can. 1 gal. gal. | 0.00 | 0.80 | Bonne demande. | | | |
| Peanuts rôties, G. | 0.09½ | 0.10½ | Olives, 1 gal. gal. | 1.27½ | 1.70 | On cote le fromage de Gruyère: | | | |
| Peanuts non rôties, G. | 0.00 | 0.08 | Pêches jaunes 2 lbs. | 0.00 | 1.50 | Fromage entier de 26½ lbs. ou de 80 lbs., 28c à 30c la livre. | | | |
| Peanuts rôties, Sun | 0.10½ | 0.11½ | Pêches 3 lbs. | 0.00 | 2.25 | En quantité moindre, 28c la livre. | | | |
| Peanuts rôties, Bon Ton | 0.12½ | 0.13½ | Pêches (Bartlett) 2 lbs. | 1.75 | 1.77½ | Le fromage de Roquefort se vend de 32c à 33c la lb. et le Limbourg, 24c la livre. | | | |
| Pruneaux 30/40 | 0.00 | 0.11 | Poires 3 lbs. | 2.35 | 2.37½ | On cote encore: | | | |
| Pruneaux 40/50 | 0.00 | 0.09½ | Poires 3 lbs. | 0.00 | 1.10 | Gorgonzola lb. | | 0.25 | |
| Pruneaux 50/60 | 0.00 | 0.08½ | Pommes 3 lbs. | 0.00 | 1.10 | Edam " | | 0.24 | |
| Pruneaux 60/70 | 0.00 | 0.07½ | Mûres, sirop épais 2 lbs. | 0.00 | 1.90 | PRODUITS CHIMIQUES ET DROGUES | | | |
| Pruneaux 70/80 | 0.00 | 0.07 | Pommes Standard gal. | 2.52½ | 2.55 | Nous cotons: | | | |
| Pruneaux 80/90 | 0.00 | 0.06½ | Prunes Damson, sirop épais, 2 lbs. | 1.10 | 1.15 | Acide borique, brls de 336 lbs., lb. | | 0.10 | |
| Pruneaux 90/100 | 0.00 | 0.06 | Prunes Lombard, sirop épais, 2 lbs. | 0.00 | 1.02½ | Alun, barils de 336 lbs. " | | 0.01½ | |
| Fruits évaporés. | Lb. | | Prunes de Californie, 2½ lb. | 0.00 | 2.74 | Alun, barils de 112 lbs. " | | 0.02 | |
| Abricots, boîte 25 lbs. | 0.00 | 0.14½ | Prunes Greengage, sirop épais 2 lbs. | 0.00 | 1.30 | Arcanson, lb. | | 0.03½ | 0.04½ |
| Nectarines | 0.00 | 0.11 | Rhubarbe Preserved, 2 lbs. | 0.00 | 1.50 | Blanc de céruse, brls de 336 lbs. | | 0.55 | |
| Pêches, boîte 25 lbs. | 0.00 | 0.09½ | Cerises blanches doz. | 0.00 | 2.25 | Bois de campêche, pqt de ¼ lb. 100 lbs. | | 0.03½ | 0.65 |
| Poires, boîte 25 lbs. | 0.00 | 0.12½ | Cerises noires doz. | 0.00 | 2.40 | Borax en cristaux, brls de 336 lbs. | | 0.05 | 0.06 |
| Pommes tranchées, évaporées, btes de 50 lbs. | 0.00 | 0.06½ | Framboises doz. | 0.00 | 2.40 | Boules à mites " | | 0.00 | 0.00 |
| Pelures de fruits. | Lb. | | Mûres doz. | 0.00 | 2.40 | Camomille " | | 0.00 | 0.40 |
| Citron | 0.10½ | 0.11 | Gadelles rouges doz. | 0.00 | 2.40 | Campêche (Extrait de): | | | |
| Citronnelle | 0.16½ | 0.17 | Conserves de poissons | | | | | | |
| Orange | 0.11½ | 0.12 | Très bonne demande. | | | | | | |
| CONSERVES ALIMENTAIRES | | | Nous cotons: | | | | | | |
| Conserves de Légumes | | | Anchois à l'huile (suivant format) doz. 1.60 4.50 | | | | | | |
| Très bonne demande. | | | Caviar ½ lb. doz. 5.15 5.25 | | | | | | |
| Nous cotons: | | | Caviar ¼ lb. doz. 10.00 10.25 | | | | | | |
| No 1 | No 2 | | Crabes 1 lb. doz. 3.75 3.00 | | | | | | |
| Asperges (Pointes), 2 lbs. | 2.05 | 3.00 | Crevettes en saumure, 1 lb. 0.00 1.60 | | | | | | |
| Asperges entières can., 2 lbs. | 0.00 | 2.25 | Crevettes sans saumure, 1 lb. 0.00 1.80 | | | | | | |
| Asperges Californie, 2½ lbs. | 0.00 | 3.35 | Finnan Haddies doz. 1.35 1.40 | | | | | | |
| Epinards 2 lbs. | 0.00 | 1.60 | Harengs frais, importés, doz. 1.15 1.20 | | | | | | |
| Betteraves tranchées, 3 lbs. | 0.00 | 1.30 | Harengs marinés, imp. " 1.45 1.65 | | | | | | |
| Blé d'Inde 2 lbs. | 0.95 | 0.97½ | Harengs aux Tom., imp. " 1.45 1.40 | | | | | | |
| Blé d'Inde en épis, gal. | 0.00 | 4.77½ | Harengs kippered, imp. " 1.50 1.70 | | | | | | |
| Catsup, bte 2 lbs. | 0.00 | 0.85 | Harengs canadiens kippered 0.95 1.00 | | | | | | |
| Catsup au gal. doz. | 0.00 | 5.00 | Harengs canadiens, sauce tomates 0.05 1.00 | | | | | | |
| Champignons hôtel, boîte | 0.13½ | 0.14½ | Homards, bte h., 1 lb. " 6.25 6.40 | | | | | | |
| Champignons, 1er choix | 0.20 | 0.21 | Homards, bte plate, ½ lb. " 3.50 3.60 | | | | | | |
| Champignons, choix, btes | 0.17 | 0.18 | Homards, bte plate, 1 lb. " 6.40 6.60 | | | | | | |
| Choux de Bruxelles imm. | 0.17 | 0.18 | Huitres (solid meat), 5 oz. doz. 0.00 1.40 | | | | | | |
| Choux-fleurs 2 lbs. | 0.00 | 1.65 | Huitres (solid meat), 10 oz. doz. 0.00 2.00 | | | | | | |
| Citrouilles 3 lbs. | 0.00 | 0.82½ | Huitres 1 lb. 0.00 1.50 | | | | | | |
| Citrouilles gal. | 2.52½ | 2.55 | Huitres 2 lb. 0.00 2.45 | | | | | | |
| Epinards gal. | 0.00 | 5.30 | Maquereau, tin 1 lb., la doz. 0.00 1.45 | | | | | | |
| Epinards 2 lbs. | 0.00 | 1.25 | Morue No 2 lb. (manque) | | | | | | |
| Epinards 3 lbs. | 0.00 | 1.75 | Morue grosse en quart lb. (manque) | | | | | | |
| Epinards imp. bte | 0.12 | 0.13 | Royans aux truffes et aux | | | | | | |
| Fèves Golden Wax, 2 lbs. | 0.82½ | 0.85 | | | | | | | |
| Fèves Vertes 2 lbs. | 0.82½ | 0.85 | | | | | | | |
| Fèves de Lima 2 lbs. | 0.00 | 1.35 | | | | | | | |
| Flageolets importés bte | 0.13½ | 0.15 | | | | | | | |
| Haricots verts imp. bte | 0.13 | 0.17 | | | | | | | |
| Macédoine de légumes, bte | 0.10 | 0.16 | | | | | | | |
| Marinades en seau, 5 gal. | 0.00 | 2.25 | | | | | | | |
| Petits pois imp. moyens bte | 0.11 | 0.11½ | | | | | | | |
| Petits pois imp. mi-fins bte | 0.11 | 0.12 | | | | | | | |
| Petits pois imp., fins. bte | 0.16 | 0.17 | | | | | | | |
| Petits pois imp. ext. fins, bte | 0.17 | 0.18 | | | | | | | |
| Petits pois imp., surfins, bte | (manquent) | | | | | | | | |

Saumon en Conserves

La pêche a été merveilleuse. Les prix sont attrayants.

Faites votre approvisionnement avant qu'une hausse ne survienne.

NOUS AVONS LES MEILLEURES MARQUES.

"PRIMUS" red sockeye, "SOVEREIGN" "CLOVER LEAF", & "HORSE SHOE"

"EAGLE" & "AUTUMN LEAF" (red cohoes) "CARNATION",

"SALAD", "TIP TOP" (pinks) "AUTO" & "FLY" (white.)

Boîtes hautes, plates et demi-plates.

UNE LIGNE INTERESSANTE.

800 Caisses de PECHES 2's.

Sirop épais, la douzaine, \$1.25

HUILES D'OLIVE

L. A. PRICE & CIE. Nice.

250 Caisses, Qualité Extra Supérieure.

Bouteilles 16 oz. 8 oz. et 4 oz.

CONSERVES DE FRUITS ET ANANAS

UN CHAR de PECHES, ABRICOTS et POIRES de Californie.

Boîtes 2½ 's, Marque "BANQUET".

ANANAS "HAWAII" HUNT BROS., San Francisco.

Boîtes 2½ 's, entiers, tranchés et râpés.

LA PLUS BELLE MARCHANDISE SUR LE MARCHÉ.

THE JAPONAIS "OWL CHOP"

Nous avons maintenu notre réputation cette année.

La qualité et les prix en sont la preuve.

1000 Half-Chests reçus en magasin, de différentes qualités. Marque Déposée "OWL CHOP".

Nous ne craignons pas la compétition. Nous avons l'assortiment.

Satisfaction garantie.

TOUJOURS A VOTRE DISPOSITION.

L. CHAPUT FILS & CIE., LIMITÉE, MONTREAL.

EPICIER EN GROS ET IMPORTATEURS.

2, 4, 6, 8, 12, 15, RUE DeBRESOLES.

| | | |
|---------------------------------|-------|-------|
| Sacs 224 lbs., 100 lbs. | 0.75 | 0.80 |
| Soude caustique en mor. lb. | 0.00 | 0.02½ |
| Soufre en bâtons, brls 336 lbs. | 0.01½ | 0.03 |
| Soufre moulu sacs 112 lb. | 1.65 | 1.70 |
| Tourteaux de lin moulu, sac | 1.60 | 1.70 |
| Vitriol, brls | 0.06½ | 0.07 |

BOUGIES, CIERGES ET HUILES DE SANCTUAIRE

Nous cotons:

| | | |
|---|-----|-------------|
| B. Paraffine en vrac, boîte de 40 lbs.: | | |
| 6 à la lb. | lb. | 0.00 0.07½ |
| 12 à la lb. | " | 0.00 0.10 |
| B. Paraffine, 6 à la lb. | | 0.08 0.09 |
| B. Paraffine, 12 à la lb. | | 0.08½ 0.09½ |
| B. Stéarique, 14 oz. 6 et 12 | | 0.00 0.12½ |
| B. Stéarique, 16 oz. 6 et 8 | | 0.14 0.15 |
| Cierges approuvés, lb. | | 0.00 0.37½ |
| Huile de 8 jours, gallon | | 1.20 1.30 |

PLATS EN BOIS

Nous cotons:

| | | |
|-----------------------------|------|-------|
| Carrés de ½ lb., crate | 0.00 | 0.45 |
| Carrés de 1 lb., crate 500 | 0.00 | 0.90 |
| Carrés de 2 lbs., crate 500 | 0.00 | 1.02½ |
| Carrés de 3 lbs., crate | 0.00 | 0.57½ |
| Carrés de 5 lbs., crate | 0.00 | 0.72½ |

CUVETTES EN BOIS

Nous cotons:

| | |
|-----------------------|-------|
| Cuvette No 0, la doz. | 10.50 |
| Cuvette No 1, la doz. | 9.00 |
| Cuvette No 2, la doz. | 7.50 |
| Cuvette No 3, la doz. | 6.50 |

BALAIS

Nous cotons:

| | | |
|---------------------------------|---------|------|
| A longs manches | 0.00 | 2.75 |
| Avec manches ordinaires | La doz. | |
| 2 cordes | | 2.25 |
| 3 cordes | | 2.50 |
| 4 cordes | | 2.75 |
| 5 cordes | | 3.50 |
| Le papier manille, 13 x 17, est | cote | 20c. |

EPINGLES A LINGE

Epingles ordinaires:

| | |
|---|------|
| Boîtes de 5 grosses, la bte | 0.75 |
| Eringles à ressort, Boîtes de 2 grosses, la bte | 0.90 |

PAPIER D'EMBALLAGE

| | |
|----------------------------|-------|
| Papier Manille en rouleaux | 0.03½ |
| Papier brun en rouleaux | 0.03 |

MECHES, BRULEURS ET VERRES DE LAMPES

Nous cotons:

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

SAVON DE CASTILLE

Le savon de Marseille en morceaux se vend \$4.25 la caisse et de 9c à 10c la livre, poids net, blanc ou marbré.

GRAISSE A ROUES

On cote:

| | | |
|---|------|-------|
| Graisse Impérial, en lots de grosse | doz. | 0.57½ |
| Caisse de 4 doz. | " | 0.60 |
| Graisse au mica, Boîtes de 1 lb. (par 3 doz.) | | |
| doz. | 0.90 | 0.95 |
| Boîtes de 3 lbs. (par doz.) | doz. | 2.25 |

HUILE D'OLIVE

Nous cotons:

| | | |
|---|-------|------|
| Huile Loublon: | | |
| Pintes | 0.00 | 2.25 |
| Chopines | 0.00 | 1.20 |
| ½ chopines | 0.00 | 0.60 |
| L'huile d'olive Barton et Guestier est cotée: | | |
| Qrts | 7.75 | 8.00 |
| Pts | 4.37½ | 4.50 |
| ½ pts | 2.45 | 2.50 |

HUILE DE CASTOR

Nous cotons:

| | | |
|---------------------|---------|------|
| Bouteilles de 1 oz. | Grosse. | Doz. |
| Bouteilles de 2 oz. | 3.60 | 0.35 |
| Bouteilles de 3 oz. | 5.00 | 0.45 |
| Bouteilles de 4 oz. | 6.00 | 0.55 |
| | 7.25 | 0.65 |

HUILE DE FOIE DE MORUE

Nous cotons: \$1.75 à \$2.00.
Bouteilles carrées de 16 onces, \$3.75 la douzaine; chopines, \$2.40 la douzaine; ½ chopines, \$1.75 la douzaine.

HUILE DE COTON

Nous cotons:

| | | |
|----------|------|------|
| Au baril | 1.10 | 1.25 |
|----------|------|------|

HUILE DE RICIN PHARMACEUTIQUE

Nous cotons au quart, par livre, 9½c. le gallon, \$1.25, en estagnon, par livre, 9c à 10c.

VASELINE

Nous cotons:

| | | |
|--------------|--------|-------|
| "Bleu Seal" | | |
| Blanche No 1 | grosse | 10.00 |
| Blanche No 2 | " | 10.20 |
| Jaune No 1 | " | 6.72 |
| Jaune No 2 | " | 14.40 |

BALAIS

| | | |
|--------------------------------|------|------|
| D'enfant, 2 cordes | 0.00 | 1.10 |
| D'enfant, 1 corde | 0.00 | 0.85 |
| Manches de faubert (mop), doz. | | 1.20 |

HUILE DE PETROLE

Nous cotons:

| | | |
|--------------------|---------|-------|
| Pratt's Astral Oil | gol. | 0.22 |
| Standard Acme | le gal. | 0.17½ |

GRAINS ET FARINES

Marché de Chicago

Le marché du blé était ferme ces jours derniers; les prix se sont élevés de ¼c à ¾c. Le maïs était en hausse de 7/8c à 1¼c et l'avoine gagnait de 5/8c à 7/8c. En dépit du fait que les arrivages de blé à Winnipeg, Minneapolis et Duluth, depuis samedi dernier, s'élevaient au total d'environ 5,000,000 de boisseaux, ce qui constitue un record pour la période, les ordres d'achats étaient très nombreux, ce qui favorise les opérations des haussiers.

Marché de Montréal

Grains

Il n'y a pas eu de changement au marché, sauf que le sentiment est un peu plus ferme en ce qui concerne l'avoine,

par suite de la hausse au marché de Winnipeg, mais comme la demande des acheteurs locaux continue à être limitée, il n'y a pas eu de changement notable dans les prix.

Le No 2 de l'Ouest canadien est coté de 40½c à 41c; le No 1 extra pour fourrage, à 40c le boisseau, ex-magasin.

Nous cotons:

| | | |
|---|-------|--------|
| Avoine C.W. No 2 | 0.41 | 0.41½ |
| Avoine C.W. No 1 Ext. Fd | 0.40½ | 0.41 |
| Avoine C.W. No 3 | 0.40 | 0.40½ |
| Avoine Qué. et Ont. No 2 | 0.37½ | 0.38 |
| Avoine Qué. et Ont. No 3 | 0.36½ | 0.37 |
| Avoine Qué. et Ont. No 4 | | manque |
| Sarrasin (48 lbs.) | 0.00 | 0.55 |
| Blé-d'Inde séché au four | | manque |
| Blé-d'Inde jaune No 3 (Blé-d'Inde nouveau.) | 0.83 | 0.84 |
| Orge moulée | 0.52 | 0.54 |

Marché de Montréal

Farines

Pas de nouveaux événements au marché local, les prix restent assez fermes, mais le marché est calme par suite de la demande assez faible des acheteurs locaux et de la campagne. Les premières patentes de blé de printemps se vendent à \$5.60; les secondes à \$5.10 le baril, en sacs. Affaires peu actives sur la farine de blé d'hiver; les straight rollers se vendent de \$4.60 à \$4.75 le baril, en barils, et de \$2.05 à \$2.10 en sac.

Nous cotons:

Issues de blé et avoine roulée.

Le ton du marché reste très ferme en raison de la continuation de la bonne demande de tous côtés. Le son se vend à \$22, les shorts à \$24, les middlings se vendent à \$27, par tonne, sacs compris. La demande de moulées est bonne; le marché est assez actif et les ventes de moulées pur grain se font de \$30 à \$32, grains mélangés \$28 à \$29 par tonne. Pas de changement pour l'avoine roulée, les prix restent soutenus, mais la demande n'est pas considérable. Les ventes sont lentes de \$4.40 à \$4.50 le baril, en barils, et de \$2.10 à \$2.12½ le sac. Farine de maïs ferme à \$4.60 par baril, en barils, et à \$2.15 le sac.

Nous cotons:

Patentes du printemps:

| | | |
|-----------------|--------|------|
| Royal Household | 2 sacs | 5.60 |
| Five Roses | 2 sacs | 5.60 |
| Glenora | 2 sacs | 5.10 |
| Harvest Queen | 2 sacs | 5.10 |

Fortes à Boulanger:

| | | |
|----------------|--------|------|
| Bakers Special | 2 sacs | 4.90 |
| Manitoba S. B. | 2 sacs | 4.90 |
| Keetob | 2 sacs | 4.90 |
| Montcalm | 2 sacs | 4.90 |

Patentes d'Hiver:

| | | |
|-----------------------|--------|------|
| Straight rollers | 2 sacs | 5.00 |
| Hurona (à pâtisserie) | 2 sacs | 5.80 |
| A do | 2 sacs | 5.30 |

| | |
|--|------|
| Farine de blé-d'Inde blanc pour boulangers, 2 sacs | 4.40 |
| Farine de blé-d'Inde pour engrais 2 sacs | 4.50 |

Farine d'avoine:

| | |
|-------------------------------|------|
| Avoine roulée, sac de 90 lbs. | 2.32 |
| Avoine roulée, baril | 4.90 |

Issues de blé:

| | |
|-------------------------------------|-------------|
| Son Man., au char, tonne | 20.00 |
| Gru Man., au char, tonne | 22.00 |
| Middlings d'Ontario, au char, tonne | 27.00 28.00 |
| Moulée pure, au char | 32.00 34.00 |
| Moulée mélangée, au char | 30.00 31.00 |

Table Alphabétique des Annonces

| | | | | | | | |
|--|----|----------------------------------|----|--------------------------------------|---------|--|----|
| Amatite Roofing | 44 | Couillard Auguste | 32 | Jamieson R. C. | 45 | Nova Scotia Steel Co | 34 |
| Assurance Mont-Royal | 31 | Cowan & Co. | 12 | Jonas & Co., Henri Couverture .. | 2 | O'Shea J. P. | 38 |
| Baker & Co. (Walter) | 14 | Dalton Adding Machine Co. | 5 | Lacaille, Gendreau & Cie. | 14 | Prêt Immobilier Limitée. | 15 |
| Banque de Montréal | 34 | Davis S. & Sons Ltd. | 62 | Laporte, Martin & Cie, Limitée | Couvert | Prévoyants du Canada, (Les) .. | 30 |
| Banque d'Hochelaga | 34 | Desmarteau Alex. | 32 | La Prévoyance | 31 | Prevost & Bédard | 32 |
| Banque Nationale | 34 | Dom. Canners Co., Ltd. | 3 | La Sauvegarde | 30 | Quebec Steamship | 34 |
| Banque Molson | 34 | Dom. Cartridge Co. | 41 | Lelièvre A. J. | 15 | Rolland & Fils, J. B. | 32 |
| Banque Provinciale | 34 | Douglas J. M. & Co Couvert et .. | 53 | Leslie & Co., A. C. | 38 | Seagram, Jos. E. | 53 |
| Bélanger & Bélanger | 32 | Esinhart & Evans | 30 | Liverpool & London & Globe .. | 30 | Smith Harold E. | 9 |
| Bell Téléphone Co. | 11 | Ewing, S. H. & Sons. | 51 | Lufkin Rule Co | 45 | Société des Eaux Purgatives Riga | 33 |
| Bowser, S. F. & Co | 6 | Federal Life Assurance Co. | 30 | Marion & Marion | 32 | Stanley Rule & Level. | 40 |
| Bright Light Co | 33 | Fontaine Henri. | 32 | Martin-Senour | 42 | St. Lawrence Sugar Co. | 11 |
| British Colonial Fire Ass. | 31 | Fortier Joseph | 32 | Mathieu (Cie J. L.) | 11 | Sun Life of Canada | 31 |
| Brodie & Harvie | 14 | Gagnon, P.-A | 32 | Mathews-Laing Co. | 9 | Taylor Forbes Co. Ltd. | 43 |
| Canada Cement Co., Ltd. | 46 | Garand, Terroux & Cie. | 32 | Maxwell & Sons (David) .. | 40 | Thés du Japon | 11 |
| Canada Life Assurance Co. | 31 | Gendron Mfg. Co. | 38 | McArthur, A | 38 | Thompson & Norris Co. | 29 |
| Canada Starch Co. Ltd. | 4 | Genin, Trudeau & Cie. | 62 | McGill Cutlery Co | 45 | Tippet & Co., A. P. | 9 |
| Can. Fairbanks Morse Co. | 8 | Gillett Co. Ltd., [E. W.] .. | 16 | McLaren & Co. (D.K.) .. | 38 | Union Mutual | 31 |
| Canadian Poster Co. | 37 | Gonthier & Midgley | 32 | Molson Bros. | Couvert | United Shoe Machinery Co. Ltd | 10 |
| Canadian Salt Co | 9 | Grand Trunk Railway | 44 | Montbriand, L. R. | 32 | Upton & Co. (The F) | 14 |
| Can. Shredded Wheat Co. | 8 | Greening Wire Co | 40 | Montreal-Canada Ass. Co. | 31 | Walker Hiram | 59 |
| Cane Wm. & Sons Co. Ltd. | 5 | Gunn Langlois & Cie. | 8 | Montreal Dairy Co | 12 | Western Ass. Co. | 30 |
| Chaput L. Fils & Cie | 27 | Hamilton Cotton Co. | 46 | Mooney Biscuit Mfg. Co. | 14 | Wilks & Burnett | 32 |
| Church & Dwight | 10 | Hébert L. H. & Cie. | 47 | Morrow Screw, Ltd., The John | 46 | Wilson Lawrence A. Co. Ltd .. | 51 |
| Cie d'Assurance Mutuelle du Commerce | 31 | Hotel New Victoria | 32 | Mott, John P. & Co. | 15 | Wiser J. P. & Sons Ltd. | 51 |
| Clark, Wm. | 15 | Houde, B. Co., Ltd. | 58 | National Breweries. | 48 | | |
| Connors, Bros. | 16 | Hutton Jas. | 38 | | | | |
| Cottam Bart. | 32 | Imperial Tobacco Co | 60 | | | | |

Pour Emballage Rapide, et Economie d'Espace

Employez les Boîtes Cellulaires Pliantes en Planche T. et N. pour Expédition.

Si vous payez des frais d'expédition sur les marchandises que vous livrez, pourquoi ne pas économiser en employant les Boîtes Cellulaires pliantes en planche T. et N. pour expédition? Si vos clients paient, pourquoi ne pas vous les attacher en économisant moitié du poids sur la boîte d'emballage?

Ces boîtes sont solides, résistent aux chocs de l'expédition de marchandises; sont rapidement et aisément arrangées sans clous ou fil de fer. Elles arrivent "toutes prêtes" et par suite prennent le moins de place possible dans votre magasin d'expédition. Elles sont meilleur marché aussi que les boîtes en bois.

Elles valent la peine d'être examinées. Faites-nous savoir vos besoins Remplissez le coupon ci-dessous et envoyez-nous-le aujourd'hui.

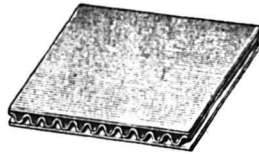


Planche cellulaire à double surface ridée. Fabriquée par le procédé spécial T. et N.



The Thompson & Norris Co. of Canada, Limited

NIAGARA FALLS, Ont.

Brooklyn, N.Y. Boston, Mass. Brookville, Ind
Londres, Angleterre. Jülich, Allemagne.

The THOMPSON & NORRIS Co. of Canada, Limited, Niagara Falls, Ont
Envoyez des détails.

Nom

P.C. Adresse

METROPOLITAN

Life Assurance Co'y

:-: of New-York :-:

(Compagnie à Fonds Social)

Actif.....\$397,965,341.31
 Polices en vigueur au 31 décembre 1912 12,837,042.
 En 1912, la compagnie a émis au Canada des polices pour..... 32,185,993
 Elle a déposé entre les mains du Gouvernement Canadien et de fidèles commis canadiens, exclusivement pour les Canadiens environ \$16,000,000.
 Il y a plus de 532,000 Canadiens assurés dans la METROPOLITAN.

WESTERN ASSURANCE CO.

INCORPORÉE EN 1861

ACTIF, au-delà de \$3,284,179.93
Bureau Principal: TORONTO, Ont.
 Hon. GEO. A. COX, Président.
 W. R. BROCK, Vice-Président.
 W. B. MEIKLE, Gérant-Général.
 C. C. FOSTER, Secrétaire.
 Succursale de Montréal:
 61 RUE ST-PIERRE.
 ROBT. BICKERDIKE, Gérant

THE FEDERAL LIFE ASSURANCE CO.

BUREAU-CHEF: HAMILTON CAN.

CHIFFRES D'AFFAIRES 1912

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

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

Téléphone : Main 553

ESINHART & EVANS

Courtiers d'Assurance

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

Agents principaux pour :

The Scottish Union & National' is. Co.
 d'Édinbourg.

German American Insurance Co.
 de New-York.

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

Assurances

LA RIMOUSKI FIRE INSURANCE COMPANY.

De très importants changements ont été effectués dans cette compagnie. Les affaires de la compagnie, en ce qui concerne Québec, ont été dirigées et continueront à être dirigées par le bureau-chef de Rimouski, Québec. Le restant des affaires a été dirigé par une succursale à Toronto, dont M. J.-C. Wilgar et M. J.-K. Brodie sont les gérants. Les méthodes appliquées par le bureau de Toronto ont été l'objet de commentaires défavorables et on annonce que, maintenant, toutes les affaires de la compagnie seront dirigées par le bureau-chef de Rimouski. Une succursale sera cependant maintenue à Toronto, pour les souscriptions dans l'Ontario, M. W.-W. Walker en sera chargé; M. Walker a dirigé déjà dans l'Ontario les affaires de la Hudson Bay Insurance Company. M. Walker est bien connu dans les cercles d'assurance, non seulement comme gérant dans l'Ontario de la Hudson Bay Insurance Company, mais aussi comme secrétaire de l'Ontario Fire Prevention Association. Nous sommes convaincus que, grâce au nouvel arrangement, la Rimouski Fire Insurance Company se fera remarquer par sa promptitude et sa loyauté envers ses assurés.

Les polices d'assurances.

Une des plus grandes causes d'abandon des polices, c'est l'habitude de contracter des emprunts sur les polices. Le privilège d'emprunter est indiscutablement désirable pendant les crises financières, mais la conséquence des emprunts contractés sans nécessité est si souvent la perte de l'assurance que l'on ne devrait pas recourir à cette méthode à la légère. L'agent ferait bien, en parlant à l'assuré, de lui faire sentir que lorsqu'il contracte un emprunt sur sa police il emprunte à sa femme et à ses enfants. Il est vrai que la compagnie avance l'argent voulu, mais ce montant est déduit de la police et tant que le prêt n'est pas remboursé, c'est au bénéficiaire qu'il échoit de répondre du montant envers le prêteur. Le nombre des emprunts contractés ainsi et jamais réglés est très élevé. Une enquête minutieuse des rapports d'un certain nombre de compagnies démontre que 80 pour cent des emprunts ne sont jamais remboursés par le porteur de police. Ce qui est pis, c'est qu'une fois qu'on a pris l'habitude d'emprunter sur sa police, on garde cette habitude et la conséquence finale, c'est la perte de la police.

ASSUREZ-VOUS

DANS

LA SAUVEGARDE

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

Siège Social : 7 Place d'Armes

MONTREAL



Succursale au Canada, Bureau Chef à Montréal DIRECTEURS

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

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

Les Prévoyants du Canada

Assurance Fonds de Pension

CAPITAL AUTORISÉ \$500,000

Achetez des Parts des Prévoyants :

Parce que c'est un placement sans pareil :

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

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

Total de l'actif du Fonds de Pension seulement : \$347,472.92.

Bureau à Montréal :

Chambre 22,
Edifice "La Patrie"

Bureau - Chef,

85, rue Dalhousie,
QUEBEC.

Union Mutual Life Insurance Company, de Portland, MAINE

FRED. E. RICHARDS,
Président.

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

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

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

WALTER I. JOSEPH, Gérant.

151 rue St-Jacques, MONTRÉAL.

LES AFFAIRES DE L'UNION LIFE.

L'enquête projetée par le gouvernement au sujet de l'effondrement de la Union Life peut amener deux résultats: plonger dans le deuil les actionnaires anglais et faire emprisonner un certain nombre de gens. Il est probable, cependant, qu'un seul de ces résultats sera obtenu.

LES HABITUDES ET LES APTITUDES D'UN BON AGENT.

Tel est le sujet traité par M. J.-T. Lachance, de la Manufacturers' Life Insurance Company, de Québec, devant les délégués de la Life Underwriters' Association of Ottawa, à la convention tenue à Ottawa, le 21 avril 1913.

La conférence de M. Lachance constitue un document précieux pour les professionnels de l'assurance-vie, et, pour être agréable à nos lecteurs intéressés dans la profession, nous en commencerons la publication dès la semaine prochaine.

Merci à l'auteur pour l'envoi d'un exemplaire.

Apprenez par vos erreurs, mais ne vous lamentez pas trop dessus. Il vaut mieux les racheter en les oubliant.

COMPAGNIE MONTREAL-CANADA

D'ASSURANCE CONTRE L'INCENDIE

Fondée en 1859

Téléphone Bell Main 5381

| | |
|-----------------------------|--------------|
| Actif..... | \$557,885.95 |
| Réserve..... | \$193,071.19 |
| Autres Valeurs passives.... | 20,688 |

\$213,759.19

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

Bureau - Chef :

EDIFICE OULUTH,

50 rue Notre-Dame Ouest,
angle de la rue St-Sulpice.

MONTRÉAL.

L. A. Lavallée, Président
Ferd. Pagé, Gérant Provincial

L'ASSURANCE MONT-ROYAL

(Compagnie Indépendante (Incendie))

Bureaux : 74 rue Notre-Dame Ouest
Coin St-François-Xavier, MONTRÉAL

RÔDOLPHE FORGET, Président.
J. E. CLEMENT, Jr., Gérant-Général.

Sun Life of Canada

Actif \$ 49,605,616.49

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

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

Une Police dans la CANADA LIFE

Devient une source de revenu.

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

Age d'admission 35.

Vie 20 versements Date, 30 avril 1884

Total des primes payées \$3,140.

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

Profits payés en espèces
en 1905 - - - - - 143.90

Profits payés en espèces
en 1910 - - - - - 198.00

\$3,140.00 \$1,071.00

Coût exact jusqu'en 1910 - - 2,069.00

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

CANADA LIFE ASSURANCE CO

Bureau-Chef - TORONTO, Ont

La Compagnie d'Assurance MUTUELLE DU COMMERCE

Contre l'incendie

Actif excédant . . . \$550,000.00

DEPOT AU GOUVERNEMENT

en conformité avec la nouvelle Loi des Assurances de Québec, 8 Edouard VII, Chap. 69.
Bureau-Chef; 151 rue Orléans, St-Hyacinthe

RESPONSABILITE PATRONALE

La Prevoyance

Capital \$500,000.00

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

ASSURANCE D'AUTOMOBILES

Bureau Chef :

160 rue St-Jacques, - Montréal

Tel. Bell : Main 1626

BRITISH COLONIAL

FIRE INSURANCE COMPANY

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

CAPITAL AUTORISE, \$2,000,000 CAPITAL SOUSCRIT, \$1,000,000

Agents demandés pour les districts non représentés.

PATENTES OBTENUES PROMPTEMENT

Dans tous les pays. Pour renseignements de mandez le Guide de l'inventeur qui sera envoyé gratis.

MARION & MARION, 364 rue Université, angle de la rue Ste-Catherine, Edifice de la Banque des Marchands.

NEW VICTORIA HOTEL

H. FONTAINE, PROPRIÉTAIRE
QUEBEC

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

JOSEPH FORTIER

Fabricant-Papetier

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

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

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

L. R. MONTBRIAND

Architecte et Mesureur,

230 Rue St-André MONTRÉAL

AGENCES DEMANDEES

Un homme avec 25 années d'expérience dans les affaires, pouvant fournir de bonnes références, désire des agences de manufactures pour la ville de Québec et le district environnant. S'adresser à N. L., "Le Prix Courant", Montréal.

ALEX. DESMARTEAU

Comptable, Auditeur

SPÉCIALITÉ: — Liquidation de Faillites, Compromis Effectués.

54, 60, RUE NOTRE-DAME EST
MONTREAL.

GARAND, TERROUX & CIE

BANQUIERS ET COURTIERS

48 rue Notre-Dame Ouest
MONTREAL

TEL. BELL, MAIN 1859

BELANGER & BELANGER

Notaires, Comptables et Commissaires

TRUST & LOAN BUILDING.

No 30 rue St-Jacques, MONTREAL

Argent à Prêter à 4, 5 et 6%

ACTES INSCRITS AU BUREAU
D'ENREGISTREMENT DE TROIS-
RIVIERES PENDANT LA SEMAINE
TERMINEE LE 20 SEPTEMBRE
1913.

Ventes.

Florida Blais à Alex. Isabelle, fils, Baie Shawinigan; Maria et Laura Beaudry à Banque de Commerce, Trois-Rivières; (vente à réméré) Z. Bernaquez à Uld. Curé, Trois-Rivières; Vve Pierre Grenier à Paul Dumoulin, Ste-Marguerite; Vve Henri Hardy à Wilray Bourassa, Trois-Rivières; Adélaré Montour à Dame E. S. de Carufel, Pointe du Lac; Alfred Doucet à Alfred Marcoux, Trois-Rivières; Vve C. E. Caron à Corporation Trois-Rivières, Trois-Rivières; J. A. Désy à Anselme Dubé, Pointe du Lac; Canada Realty Co. à Esdras Asselin et al., Shawinigan Heights; F. X. Dion à Célestin Filion, Shawinigan Falls; (vente à réméré) Octavie Dubé à J. E. Héту, Trois-Rivières; Frank E. Haney à Uldéric Leblanc, Grand'Mère; Dame Adrien Desroches à J. H. Desroches, Grand'Mère; Adrien Desroches à Wilfrid Jacob, Grand'Mère; Dame Alph. Lemay à J. H. Desroches et al., Grand'Mère; A. S. Deguire et al. à Dame Annie Maurice, Shawinigan Heights; Shawinigan Water and Power Co. à Charles Thomassin, Shawinigan Falls; Shawinigan Water and Power Co. à Hormisdas Buisson, Shawinigan Falls; Shawinigan Water and Power Co. à Geo. Vézina, Shawinigan Falls; J. O. H. Ruard à Jos. Mattyas, Grand'Mère; Euch. Alane à Jules Marchand, Trois-Rivières; Albert Weaner à Donat Blanchet, Trois-Rivières; Shawinigan Water and Power Co. à Louis et Jos. Chevalier, Shawinigan Falls; J. L. Durand à Léon et Lucien Ducharme, Trois-Rivières; Gédéon Morrel à Jos. Tremblay, St-Boniface; Alph. Gélinas à Alph. St-Louis, Ste-Flore.

Testaments.

Hubert Dussault à Virginie Boisvert et al., Trois-Rivières; Elie Gerbeau à Etudienne Bourassa, St-Boniface; Diana Garceau à Alexina Bellemare, Yamachiche.

Obligations.

Dame Donat Ayotte à Flavie Labarre, Trois-Rivières; Léopold Garceau à Marie-Anne Dorval, Trois-Rivières; Evariste Garceau à Joseph Boisvert, St-Etienne; Joseph Tardif à Ursulines Trois-Rivières, Shawinigan Falls; Ant. Lemon à Joseph Cormier, Shawinigan Falls; Edmond St-Onge à Veuve Jesse Bouvette, Shawinigan Falls; Ulric et Léopold Morais à Pierre Jacob, Grand'Mère; Jules Marchand à Eucher Masse, Trois-Rivières; L. E. Alain à Arthur Spénard, Trois-Rivières; Shaw. Pulp and Paper Co. à Dame J. L. Marchesseault, Shawinigan Falls; Antonin Doucet à Onésime Roy, Shawinigan Falls; Joseph Gagnon à Vve Jos. de Carufel, Shawinigan Falls; Emile Panneton à Dame J. M. Dalton, Shawinigan Falls; Nazaire Garceau à Vve Edouard Ferron, Ste-Flore; Sévère Déziel à Trefflé Marcotte, Ste-Flore.

Transports.

Adélaré Provencher à Dame H. Mont-

GEO. GONTHIER
Licencié Institut
Comptable

H. E. MIDGLEY
Comptable-Incorporé

GONTHIER & MIDGLEY
Comptables & Auditeurs

103 RUE ST-FRS-XAVIER.
Téléphone
Main 2701-519

Adresse télégraphique
"Gontley"

Ouverture des Classes

Fournitures Classiques, Cahiers d'exercices, papier qualité supérieure. Papier Ecolier, Blocs-Notes, Papier à lettres. Boîtes de Papeterie, Plumes, Crayons, Ardoises, Boîtes d'écoliers, etc., etc.

Demandez échantillons et prix à

La Compagnie J. B. Rolland & Fils.

53, Rue St-Sulpice - Montréal.

Maison Fondée en 1870

AUGUSTE COUILLARD

IMPORTATEUR DE

Ferromerie et Quincaillerie, Verres à Vitres, Peintures, Etc.

Spécialité: Poêles de toutes sortes

Nos. 232 & 239 rue St-Paul

Ventes 12 et 14 St-Amable, MONTREAL

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

P. A. GAGNON

Comptable Licencié

(Chartered Accountant)

Chambre 316, 318, 317

Edifios Banque Québec.

11 Place d'Armes, MONTREAL.

Téléphone Bell Main 4912

Arthur W. Wilks.

Alexander Burnett

WILKS & BURNETT

Comptables, Auditeurs, Commissaires pour toutes les Provinces.

Règlement d'affaires de Faillites

602 Bâtisse Banque des Marchands

Téléphone Bell Main 5500

MONTREAL

EUGENE PREVOST RODOLPHE BEDARD

PREVOST & BEDARD

Comptables,

Liquidateurs,

Auditeurs.

Spécialité: Règlements de différends

Suite 506 Edif. Royal Trust

107 ST-JACQUES

BELL TEL. MAIN 1056

MONTREAL.

ECLAIREZ

Votre mai-on avec le merveilleux **White Flame Burner**. Ce brûleur donne à vos vieilles lampes et lanternes une lumière blanche brillante et douce à la fois, et supérieure à celle du gaz et de l'électricité. Sa lumière épargne la vue et rend la lecture et la couture agréables. **Pas de Manteaux à Briser**, fiable et économique. Satisfaction garantie. Fait les délices de tous ceux qui l'emploient. **Echantillon Complet Par la Poste à toute adresse, 35c ou 3 pour \$1.00. Argent remboursé si non satisfait. Commandes par la Poste Expédiées Promptement. Prix Spéciaux en gros aux Marchands et Agents.**



Bright Light Co., Merrickville, Ontario

**Durant les Vacances**

Les personnes en villégiature s'entraînent trop souvent à des indigestions dangereuses par des excès de table provoqués par le grand appétit que leur donne l'air libre de la campagne.

Le Marchand de la Campagne devra donc s'assurer d'avance un bon stock de la fameuse

Eau Purgative RIGA

souveraine contre l'indigestion et tous les troubles d'estomac.

L'Eau Purgative RIGA amènera des clients à son magasin s'il a eu la précaution de faire savoir qu'il tient cet article indispensable.

Société des Eaux Purgatives "RIGA"

215 Rue Notre-Dame Est, Montréal.

Tél. Main 6473

BONNE OCCASION

A vendre 10 lots très bien situés à Notre-Dame de Grâce, — à proximité des tramways de la rue Sherbrooke — Vendra en block ou séparément.

S'adresser à "B". Le Prix Courant 80 rue St-Denis Tel. Bell Est 1185.

BON COMMIS DEMANDÉ

On demande un bon commis épicier, très familier avec les langues française et anglaise et pouvant fournir de bonnes recommandations. Un bon salaire est assuré à un homme compétent.

S'adresser au bureau du "Prix Courant".

plaisir, Trois-Rivières; J. L. Durand à Edouard Brunelle et al., Trois-Rivières.

Cessions.

Athanase Grandmont à L. N. Jourdain, Trois-Rivières; Fabrique Pointe du

VOYAGEUR

Un voyageur ayant une très bonne clientèle dans le commerce de farine et provisions, désire une position dans une maison bien recommandée.

S'adresser à

JOS. P...

Poste Restante.

Ste-Flavie, Station P. Q.

Lac à Soeurs Grises, Pointe du Lac.

Mariages.

Antonio Vaillancourt à Alexina Lamy, Yamachiche; Albert Langevin à Angeline de Carufel, Shawinigan Falls.

Donations.

Joseph Blais à Adrien et Alvide Blais, Shawinigan Falls; Euch. Bournival à Dame Onésime Blais, Ste-Flore.

Jugements.

Xavier Paquette vs Ph. Mongrain, Trois-Rivières, \$75.00; Olivier St-Cyr vs Adrien Turcotte, Champlain, \$16.50; J. A. Charbonneau vs L. H. Bacque, Trois-Rivières, \$67.35; John S. Nichols Co. vs Emile Linteau, La Tuque, \$26.51; John S. Nichols Co. vs J. E. Simard & Frère, La Tuque, \$9.00; The Quebec and St. Maurice Industrial Co. vs Honoré Marsh, La Tuque, \$24.75; The Quebec and St. Maurice Industrial Co. vs Narcisse Gauthier, La Tuque, \$71.03; The Quebec and St. Maurice Industrial Co. vs J. A. Caron, La Tuque, \$57.60.

Ventes par les Shérifs

SEMAINE DU 4 AU 11 OCTOBRE.

District de Chicoutimi.

Joseph Simard vs J. E. Tremblay et Henry Tremblay.

Un emplacement distrait du lot de terre No 54, des plan et livre de renvoi officiels du cadastre du village de la Grande Baie, paroisse de Saint-Alexis, comté de Bagot, avec bâtisses dessus construites, circonstances et dépendances.

Vente à la porte de l'église de Saint-Alexis, le 7 octobre 1913, à 11 h. a.m.

Dame Jessie Tremblay vs Edmour McLean.

Un emplacement connu et désigné

sous le No 241 des plan et livre de renvoi officiels du village de Bagotville, avec maison dessus construite, appartenances et dépendances.

Vente à la porte de l'église de Saint-Alphonse le 7 octobre 1913, à 10 h. a.m.

District de Joliette.

J. A. D. Renaud et al. vs Camille Belisle.

1° Un lot de terre situé au village de St-Gabriel de Brandon, dans le district de Joliette, connu et désigné au cadastre officiel du village de St-Gabriel de Brandon comme étant le lot No 35 de la subdivision du lot No 231.

2° Un lot de terre connu et désigné au cadastre officiel du village de St-Gabriel de Brandon comme étant le lot partie 34 de la subdivision du lot No 231.

3° Une maison et autres dépendances, construites et érigées sur lesdits lots ci-dessus mentionnés et décrits aux paragraphes Nos 1 et 2.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Gabriel de Brandon, le 7 octobre 1913, à 10 hrs. a.m.

District de Roberval.

Eugène Couture et Stanislas Couture vs Lauréat Pelletier.

Le tiers indivis du lot de terre connu et désigné sous le No 25, ou Ile Ronde, aux plan et livre de renvoi officiels du cadastre des Iles du Lac St-Jean, dans le canton Delisle, avec les bâtisses dessus érigées, circonstances et dépendances.

Vente au bureau du shérif, le 7 octobre 1913, à 2 hrs p.m.

OCCASIONS D'AFFAIRES

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

12,586. Montures de lits en fer et matelas. — Une maison de Terrebonne sollicite de la correspondance de manufacturiers canadiens.

12,587. Habits en laine pour hommes. — Une maison de Terrebonne demande à être mise en relations avec des manufacturiers canadiens.

12,588. Bois de charpente. — Un agent de Burslem cherche à représenter une maison canadienne.

12,589. Fruits. — Une maison de Burton-sur-Trent aimerait à avoir des cotes sur tous les genres de fruits canadiens.

12,590. Fruits. — Une maison d'Evesham aimerait à faire des affaires avec des expéditeurs canadiens de fruits.

12,591. Machines laveuses. — Une maison de Durban, ayant des succursales dans tout le Sud-Africain, cherche à avoir des cotes de manufacturiers de machines laveuses.

12,592. Papier d'emballage. — Une maison de Durban, tenant de grandes quantités de papier d'emballage, demande des échantillons et cotes.

12,593. Sacs en papier. — Une maison de gros de Durban demande des échantillons et des cotes sur les sacs en papier.

BANQUE DE MONTREAL

ONDEE EN 1817 — CONSTITUEE PAR ACTE DU PARLEMENT

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

Siège social : MONTREAL.

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

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

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

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

Etats-Unis, New-York—R. Y. Hedden W. A. Bog, J. T. Molineux, agts 64 Wall Street Chicago, Spokane
Terre-Neuve: St. John's, Birchy Cove, Grand Falls.
Mexique Mexique, D. F.

LA BANQUE NATIONALE

FONDEE EN 1860.

Capital \$2,000,000
Réserve 1,550,000

Notre service de billets circulaires pour les voyageurs "Travelers 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 collections, les paiements, les crédits commerciaux en Europe, aux Etats-Unis et au Canada, aux plus bas taux.

LA BANQUE MOLSON

132 ème DIVIDENDE

Avis est donné par les présentes aux actionnaires de la Banque Molson qu'un dividende de deux et trois quarts pour cent (soit au taux annuel de onze pour cent) sur le capital-actions a été déclaré pour le trimestre courant, et que ce dividende sera payable aux bureaux de la Banque, à Montréal, et à ceux de ses Succursales, le et après le **Premier Jour d'Octobre Prochain**, aux Actionnaires inscrits au plus tard le 15 Septembre 1913.

L'ASSEMBLEE GENERALE ANNUELLE

des Actionnaires de la Banque sera tenue à l'édifice principal de la Banque, en cette Ville, le mardi, 21 octobre prochain à trois heures p. m.

Par ordre du Bureau,

JAMES ELLIOT, Gérant-Général.

Montréal, 26 Août 1913.

NOVA SCOTIA STEEL & COAL CO.

LIMITED

MANUFACTURIERS

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

GROSSES PIECES DE FORGE. UNE SPECIALITE

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

Bureau Principal : NEW GLASGOW, N. E.

BANQUE PROVINCIALE

DU CANADA

Fondée en 1900

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

Capital autorisé \$2,000,000.00

Capital payé et surplus au 31 Décembre 1912 \$1,588,866.11

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

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

58 Succursales dans les Provinces de Québec, Ontario, Nouveau Brunswick

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

QUEBEC STEAMSHIP CO., LIMITED.

LIGNE DU ST-LAURENT, Montréal aux ports de la Côte de Gaspé, à Gaspé, Malbaie, Percé, Summerside, Charlottetown et Pictou SS. "CASCAPIEDIA", 1900 TONNES, avec les accommodations les plus modernes pour passagers partira de Montréal jeudi, les 9 et 23 octobre à 4 hrs p. m., et tous les quinze jours par la suite, et de Québec le jour suivant midi.

ALLEZ AUX BERMUDES

Le Steamer "Bermudian." à double hélice, 10,518 tonnes de déplacement quittera New-York à 11 hrs a. m. les 11 et 23 octobre et tous les dix jours dans la suite. Signaux sous-marins, télégraphie sans fil, orchestre.

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

ANTILLES

Le nouveau steamer "Guiana" et autres steamers, quittent New-York à 2 hrs p. m. les 4, 18 et 31 octobre, pour St-Thomas, Ste-Croix, St-Christophe Antigua, la Guadeloupe, la Dominique, la Martinique, Ste-Lucie, la Barbade Demerara.

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

BANQUE D'HOCHELAGA 1874-1913

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

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

BUREAUX DE QUARTIERS

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

SUCCURSALES

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

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

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

Finances

REVUE DE LA SEMAINE.

La situation aux Etats-Unis.

D'après Henry Clews, de New-York:

La Bourse semble être dans une position qu'on peut appeler hésitante. Il y a eu des avances substantielles, ces derniers trois mois, et les heureux d'entre les courtiers en profitent pour réaliser. Cet événement a été la source de quelque irrégularité, mais non pas grosse de conséquences, et suggère un mieux qui parerait cette faiblesse. Donc, il y a place pour un vrai courtier encore, qui a l'oeil alerte et sait prendre l'occasion aux cheveux.

La faiblesse prolongée du stock Rock Island fut le point saillant de la semaine. On rapporte que la compagnie ne pourra rencontrer le paiement des obligations maturées. Mais une note officielle fit cesser ces bruits si malheureux, et la sécurité étant rétablie, le prix remonta. Un certain dépit se manifesta chez les courtiers qui avaient acheté du Union Pacific dans l'intention de participer au bonus promis par la compagnie. Une note semi-officielle présentée par un membre du comité exécutif du Union Pacific dit que, non seulement le montant de cette distribution n'a pas été fixé, mais on n'a pas même discuté si l'on devait ou non distribuer aux actionnaires un bonus pris sur la somme accumulée. Une négation si franche ne fut pas sans déconcerter les gens qui s'attendaient à une poire. Des avis de Washington intiment que le département de la Justice commencera sous peu les procédures contre le Southern Pacific afin de le forcer à se dessaisir des actions du Central Pacific qu'il détient. C'est part du plan qui a pour but de dissoudre le contrôle du Southern Pacific par le Union Pacific. Mais les directeurs du Southern Pacific ne voulurent pas s'y soumettre, et ce détail fut abandonné. Cependant, le département en veut arriver au même résultat par le moyen d'une poursuite légale séparée. Si une décision exige le transfert de l'action Central Pacific, l'Union Pacific dont le Central est partie physique de cette voie qui gagne la côte du Pacifique, en deviendra l'acheteur naturel. Il est sans doute certain que la compagnie se tiendra prête, financièrement, à profiter de la chance.

La situation monétaire est moins bonne. Les gens d'outre-mer insistent à demander des capitaux. En particulier, des banquiers parisiens se sont provisoirement chargés de prêts internationaux, en association plus ou moins directe avec les troubles récents des Balkans. Le gouvernement français n'en veut point entendre parler; il veut que l'on remplisse d'abord le nouvel emprunt sur la loi militaire et qu'on écoule la nouvelle émission de bons marocains. Il y a eu beaucoup d'activité en France, vu les taux des plus attrayants, au sujet de ces sécurités balkaniques. On avait même disposé de d'autres sécurités, afin d'être à même d'acheter celles-ci. De là, et à cause de trop d'enthousiasme, l'action opportune du gouvernement.

Il y a peu d'encouragement pour que la situation s'améliore d'ici à la fin de l'année.

Le nouveau bill monétaire est complexe et sera difficile d'opération. Il a pour but de substituer aux méthodes américaines de faire les affaires, celles d'Europe, vieux systèmes qui ont grandi avec le milieu. La banque d'Angleterre même ne pourrait être rétablie s'il y avait eu quelque lapsus dans son existence. Elle est si bien établie et dirigée qu'elle durera peut-être toujours. Mais ce n'est pas un arrangement

pour établir ici une banque centrale ou une fédération de banques centrales. Je ne crois pas, dit M. Clews, que le système régional répande le centre financier dans tout le pays. En pratique, la banque régionale de New-York sera la banque dominante. Tant que New-York sera le centre financier du pays, il donnera le ton de ce qui doit prévaloir ailleurs.

Le marché de Montréal.

MM. McCuaig Frères & Cie, membres de la Bourse de Montréal, 17, rue Saint-Sacrement, disent cette semaine du marché:

Pendant les dernières deux semaines un grand changement s'est opéré sur le marché. Une avance générale dans le prix des sécurités, accompagnée d'un gain considérable dans le volume d'affaires, suivit la hausse soudaine de quelques stocks favoris, parmi lesquels, la très importante hausse du Pacifique. Les gros gains de stocks importants ont eu pour effet d'attirer l'attention du public acheteur, et ce renouveau d'intérêt se manifesta par une demande plus forte qu'on ait vue depuis des mois.

Depuis quelque temps le sentiment général est devenu plus optimiste, et bien que le mouvement actuel est trop rapide pour qu'il soit considéré stable, il est d'ailleurs assez prononcé pour être l'indice d'une tendance définie. Les rapports de l'Ouest d'à présent indiquent une récolte d'environ 190,000,000 de boisseaux: en général, la qualité en sera des meilleures; et le mouvement de la récolte est si rapide qu'on en aura bientôt les bénéfices sous la main.

Les affaires commencent déjà à s'améliorer; mais on ne croit pas que l'argent devienne plus libre cette année, vu qu'on en a besoin pour réduire les obligations présentes qui sont très larges et que la demande pour du nouveau capital est encore forte.

A un point de vue spéculatif, le marché promet une avance encore plus forte, mais aucun mouvement de quelque étendue ne serait bienfaisant au temps présent, attendu qu'il y a certains points faibles à éviter.

Le Quebec Railway.

Bien que le rapport annuel du Quebec Ry. L. H. & Power, pour l'année finissant le 30 juin courant montre un gain dans les recettes brutes de \$108,375, ou d'environ 7 pour cent, les dépenses d'opération se sont accrues de \$160,255, ce qui est tout près de 18 pour cent. Les recettes nettes, par conséquent, ont diminué de \$51,880.

Recettes brutes et revenus divers se chiffrent à \$1,761,032, duquel montant il faut déduire les dépenses d'opération qui sont de \$895,180, laissant un surplus de \$73,081, égal seulement à 0.73 pour cent de l'action ordinaire, à comparer avec 2.11 pour cent de l'année dernière. Le surplus total de la compagnie se chiffre maintenant à \$147,341.

Pendant l'année, on a dépensé \$91,500 en réparations, et les pouvoirs variés et propriétés de la compagnie sont dans un état d'efficacité remarquable.

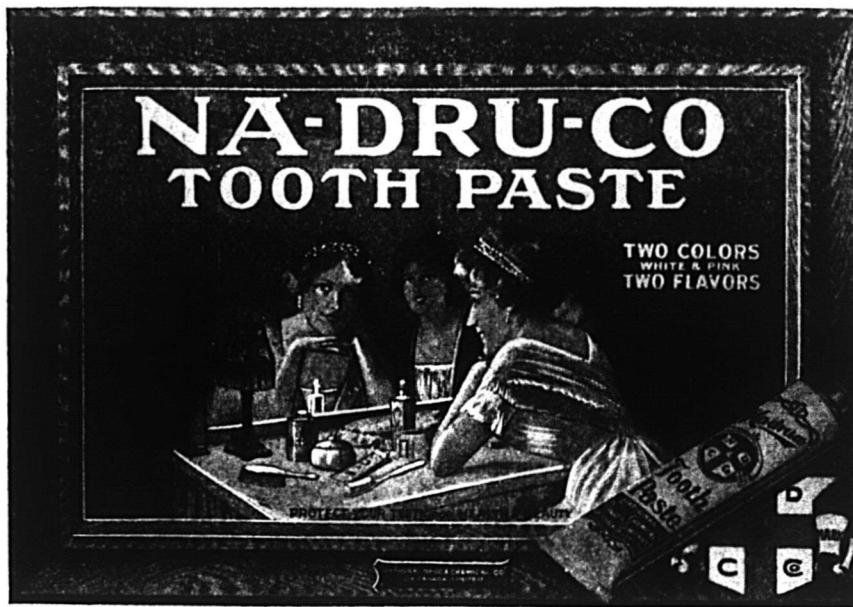
La baisse dans les recettes fut surtout attribuée à l'attitude hostile de la ville, mais il appert que les relations sont maintenant plus amicales, et la compagnie s'attend à recevoir de la ville le contrat d'éclairage pour cette année.

INFORMATIONS FINANCIERES

| Actions Ordinaires et Actions Privilégiées | Capital payé | Réserve | Pair des Actions | Taux du dernier Dividende | Dernière cote | |
|--|--------------|--------------|------------------|---------------------------|-----------------|---------------------------|
| | | | | | Au 23 septembre | Au 30 septembre |
| BANQUES | | | | | | |
| Banque de Montréal | \$15,975,220 | \$16,000,000 | \$100 00 | 10% | 231 | 232 |
| Banque de Québec | 2,500,000 | 1,250,000 | 100.00 | 7% | 122½ | 122½ |
| Banque de la Nouvelle-Ecosse | 3,998,460 | 7,497,412 | 100.00 | 14% | 257½ | |
| Banque de Toronto | 4,941,455 | 5,941,455 | 100.00 | 11% | | |
| Banque Molson | 4,700,000 | 4,700,000 | 100.00 | 11% | 194½ | 194 |
| Banque Nationale | 2,000,000 | 1,400,000 | 100.00 | 8% | 133 | 133 |
| Banque des Marchands du Canada | 6,547,159 | 5,400,000 | 100.00 | 10% | 190 | |
| Banque Provinciale | 1,000,000 | 500,000 | 100.00 | 6% | | |
| Banque Union du Canada | 4,952,190 | 3,076,095 | 100.00 | 8% | 139½ | |
| Banque Canadienne du Commerce | 15,000,000 | 12,500,000 | 50.00 | 10% | 203 | 206 |
| Banque Royale du Canada | 7,661,060 | 8,607,166 | 100.00 | 12% | 218 | 220 |
| Banque d'Hochelaga | 2,885,340 | 2,650,000 | 100.00 | 9% | 154¾ | 154½ |
| Banque d'Ottawa | 3,500,000 | 4,000,000 | 100.00 | 12% | | |
| Banque Impériale du Canada | 6,000,000 | 6,000,000 | 100.00 | 12% | 213 | |
| Banque Internationale du Canada | 1,320,439 | | 100.00 | | | |
| CHEMINS DE FER | | | | | | |
| Canadian Pacific Railway (Ordinaires) | 180,000,000 | 146,283,497 | 100.00 | 10% | 232½ | 229¾ |
| Duluth S.S. & A Railway (Ordinaires) | 12,000,000 | | 100.00 | | | |
| do do do (Préférentielles) | 10,000,000 | | 100.00 | | | |
| Minn. St. Paul & Soo Railway (Ordinaires) | 20,832,000 | | 100.00 | 7% | 136 | 133½ |
| do do do (Préférentielles) | 10,416,000 | | 100.00 | 7% | | |
| TRAMWAYS ELECTRIQUES | | | | | | |
| Detroit United Railway | 12,500,000 | 21,887,000 | 100.00 | 5% | 72¼ | 72¾ |
| Duluth Superior Traction | 3,500,000 | 2,500,000 | 100.00 | 5% | | |
| Halifax Electric Railway | 1,400,000 | 600,000 | 100.00 | 7% | 160 | 160 |
| Havana Electric Railway (Ordinaires) | 7,500,000 | | 100.00 | | | |
| do do do (Préférentielles) | 5,000,000 | | 100.00 | 6% | | |
| Illinois Traction (Ordinaires) | 9,564,000 | | 100.00 | | | |
| do do do (Préférentielles) | 5,000,600 | 24,957,813 | 100.00 | 6% | 9½ ex-d. | 90½ ex-d. |
| Mexican Light & Power (Ordinaires) | 13,585,000 | | 100.00 | 4% | | 63 |
| do do do (Préférentielles) | 2,400,000 | | 100.00 | 7% | | |
| Montreal Street Railway | 10,000,000 | 4,420,000 | 100.00 | 10% | | |
| Porto Rico Railway | 3,000,000 | 2,941,500 | 100.00 | | 61 | 61 ex-div. |
| Quebec Railway, Light & Power | 9,300,500 | 8,654,400 | 100.00 | | 11½ | 12¾ |
| St. John Railway | 800,000 | | 100.00 | 6% | | |
| Brazilian | 10,000,000 | 6,000,000 | 100.00 | 10% | 95¾ | 92 |
| Toledo Railway & Light | 12,000,000 | 13,257,000 | 100.00 | | | |
| Toronto Railway | 8,000,000 | 3,992,326 | 100.00 | 7% | 139 | 137 ex-div. |
| Tri-City Railway & Light (Ordinaires) | 9,000,000 | | 100.00 | | | |
| do do do (Préférentielles) | 2,825,000 | 8,068,000 | 100.00 | 6% | | |
| Twin City Rapid Transit (Ordinaires) | 20,100,000 | 19,503,000 | 100.00 | 6% | 107 | 108 |
| do do do (Préférentielles) | 3,000,000 | | 100.00 | 7% | | |
| Winnipeg Electric Street Railway | 6,000,000 | 5,578,000 | 100.00 | 10% | 203 | 204 |
| VALEURS INDUSTRIELLES | | | | | | |
| Canadian Car & Foundry (Ordinaires) | 3,500,000 | | 100.00 | 8% | 69 | 67 |
| do do do (Préférentielles) | 5,000,000 | 3,500,000 | 100.00 | 7% | 107½ | 107½ |
| Canada Cement (Ordinaires) | 13,500,000 | | 100.00 | | 35¾ | 34½ |
| do do do (Préférentielles) | 10,500,000 | 5,000,000 | 100.00 | 7% | 93¼ | 93 |
| Canadian Converters | 1,733,500 | 474,000 | 100.00 | | 41 | 41 |
| Dominion Steel Co. | 35,000,000 | | 100.00 | 4% | 47¾ | 46 ex-div. |
| Dominion Textile Co (Ordinaires) | 5,000,000 | | 100.00 | 6% | 85 | 84 ex-div. |
| do do do (Préférentielles) | 1,859,030 | 3,040,275 | 100.00 | 7% | 103 | 102 |
| Lake of the Woods Milling Co. (Ordinaires) | 2,100,000 | | 100.00 | 8% | 132 | 134 ex-div. et ex-droits. |
| do do do (Préférentielles) | 1,500,000 | 1,000,000 | 100.00 | 7% | 120 | 120 |
| Montreal Cottons Ltd (Ordinaires) | 3,000,000 | 500,000 | 100.00 | 8% | | 55 |
| do do do (Préférentielles) | | | | | 100 | 102 |
| Nova Scotia Steel & Coal (Ordinaires) | 6,000,000 | | 100.00 | 5% | 82 | 80 |
| do do do (Préférentielles) | 1,030,000 | 6,000,000 | 100.00 | 8% | 125 | 125 |
| Ogilvie Flour Mills Co. (Ordinaires) | 2,500,000 | | 100.00 | 8% | 117 | 119 ex-div. |
| do do do (Préférentielles) | 2,000,000 | 457,263 | 100.00 | 7% | 114½ | |
| Penmans, Limited (Ordinaires) | 2,150,600 | | 100.00 | 4% | 53½ | |
| do do do (Préférentielles) | 1,075,000 | 2,000,000 | 5.00 | 6% | 81 | |
| DIVERS | | | | | | |
| Bell Telephone Co | 12,500,000 | 3,649,000 | 100.00 | 8% | 151 | 145 |
| Mackay Companies (Ordinaires) | 50,000 | | 100.00 | 5% | | 60 ex-div. |
| do do do (Préférentielles) | 50,000,000 | | 100.00 | 4% | 66 | 65 |
| Montreal Light, Heat & Power | 17,000,000 | 10,107,000 | 100.00 | 8% | 217½ ex-d. | 215 ex-dr. |
| Montreal Telegraph | 2,000,000 | 100,000 | 100.00 | 8% | 140 | 140 |
| Ottawa Light, Heat & Power Co | 1,511,500 | 730,000 | 100.00 | 6% | 165 | 162½ |
| Richelleu & Ontario Navigation Co | 3,132,000 | 1,123,573 | 100.00 | 6% | 112¾ | 108¾ |
| Shawinigan Water & Power Co | 7,000,000 | 5,000,000 | 100.00 | 4% | 138½ | 136 |
| MINES | | | | | | |
| Crown Reserve | 1,999,957 | | 1.00 | 60% | 1.63 | 1.57 ex-dr. |
| International Coal Mining (Ordinaires) | 500,000 | | 100.00 | 7% | 4 | 4 |
| do do do (Préférentielles) | 270,000 | | 100.00 | 7% | 7 | 7 |

LES ANNONCES PAR AFFICHE

Font appel à **3,000,000** de consommateurs
TOUS LES JOURS



Les affiches parlent un langage universel, et c'est le seul moyen de faire impression sur l'esprit des enfants, des étrangers et des milliers d'acheteurs, qui n'ont pas le temps de lire les journaux ou autres annonces imprimées.

Nous vous donnerons le summum de l'annonce attrayante-ineffaçable et productrice pour chaque dollar qu'elle vous coûte. Demandez les estimés et schemas à

H. A. WILLIAMS, gérant, Canadian Poster Co.

Edifice Dominion Express, Montréal.

Plus de 75% de la publicité canadienne est faite par nous. Quoi ! Bovril, Baby's Own Soap, Fruitatives, Na-Dru-Co., Montserrat, Players Cigarettes, Magi and Adanac, Etc., sont affichés par nous à l'année.

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

J. P. O'SHEA & Cie.

Manufacturiers de
MIRROIRS,
VITRES PLOMBÉES,
VITRES ORNEMENTÉES,
GLACES BISEAUTÉES,
DESSUS DE MEUBLES, etc

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

Tôles Galvanisées



"Queen's Head"!

Le type du genre depuis un demi-siècle
Jamais égalées comme qualité.

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

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.

Fabricants du Feutre Goudronné
"BLACK DIAMOND"

Alex. McArthur & Co., Limited
82 RUE MCGILL, MONTREAL
Manufacture de Feutre pour Toitures: Rues du Havre et Logan
Moulin à papier, Joliette Qué.

Courroies Spéciales

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

D. K. McLaren,
Limited
351, rue St-Jacques,
MONTREAL.
Tél. Main 1 101-6133 et 7243

JOSEPH RODGERS & SONS, LIMITED

Sheffield, Ang.

Evitez les imitations de notre
COUTELLERIE,
en vous assurant que cette MARQUE
EXACTE se trouve sur chaque lame.

REGISTERED TRADE MARK



GRANTED 1682

Seuls Agents pour le Canada :
JAMES HUTTON & CO., Montréal.



MANUFACTURIERS DE

Véhicules pour Enfants. Meubles en osier. Accessoires
pour chambres de toilette, Et chaises pour invalides.



Exigez toujours la Marque de Commerce "GENDRON."
DEMANDEZ LE CATALOGUE DESIRE.

THE GENDRON MFG. CO., Ltd,
TORONTO, Canada.

Ferronnerie, Quincaillerie, Peinture Matériaux de Construction, Etc.

L'APPRECIATION ET LES DIVI- DENDES QU'ELLE RAPPORTE.

On atteint quelquefois les plus grands résultats avec le moindre effort. Il suffit d'un hasard, au cours du travail, pour mettre en évidence une des plus riches mines de l'ouest. Ces exemples de l'influence de la chance, du hasard, sont très nombreux. Néanmoins, ce serait folie que de compter sur le hasard.

La question dont nous voulons parler aujourd'hui, c'est l'appréciation. L'appréciation et la loyauté sont choses qui ont des relations très étroites.

L'appréciation, comme la religion, devrait commencer à la maison.

Nous connaissons, par exemple, des professeurs de morale religieuse qui peuvent citer à tout bout de champ les Ecritures et parler de "l'enfer, de la damnation, de l'impie," mais ces mêmes gens chez eux sont des grognons, sa femme et son enfant le craignent. Et pourtant ces gens-là sont de bonne foi quand ils prêchent; si on pouvait leur faire sentir combien leur vie à la maison affecte leur oeuvre, il pourrait se produire un changement dans leur caractère, mais pour l'instant ils ne s'en rendent pas compte et il est probable qu'ils suivront le sentier battu jusqu'à ce que les jeunes gens les envoient au rancart.

Cela nous remet en mémoire un commis en ferronnerie de notre connaissance. Il raconte à tout le monde qu'on doit être courtois envers les clients, mais il est sarcastique envers tous les commis du magasin. Il remercie ses clients avec tant d'effusion qu'on en parle souvent comme de l'"Agent d'assurance". Sa courtoisie n'est d'ailleurs qu'une courtoisie de surface.

Dernièrement nous causions avec l'ancien président d'une grande association de ferronnerie qui nous racontait comment il s'y était pris pour conserver ses meilleurs clients.

"Voyez ce poteau d'attache," dit-il, "eh! bien, j'y ai attaché l'attelage d'une de mes meilleures clientes quand j'étais jeune homme et depuis je n'ai jamais perdu la clientèle de cette femme-là. Elle avait perdu son mari qui lui avait laissé une ferme en très mauvais état. Elle travailla sans relâche à tout remettre en bon état. Chaque fois qu'elle venait j'avais l'habitude d'attacher son attelage à ce poteau. J'avais coutume de

faire aiguïser ses instruments de labourage chez le forgeron et je chargeais sa voiture quand elle était prête à quitter le magasin. Bien des marchands ont essayé d'avoir sa clientèle, mais rien n'y a fait et je sais que je l'ai gardée parce que je n'ai jamais cessé d'être prévenant envers elle."

METALLURGIE ET CHARBON- NAGE.

En Europe, la situation reste la même dans le compartiment de la métallurgie; le commerce continue à se montrer réservé et, n'était l'alimentation qu'elles trouvent auprès des grandes administrations, les usines seraient réduites à la portion congrue. On estime que la période d'hiver ne sera pas très brillante, mais on espère qu'au printemps prochain, il y aura une reprise sérieuse, car de nombreux travaux sont en perspective; on peut logiquement escompter que la réserve des commandes qui se constitue ainsi donnera, dans quelques mois, une activité nouvelle à l'ensemble du marché sidérurgique.

— On connaît aujourd'hui la production totale en 1912 des différents charbonnages français. Elle est en augmentation de plus de 2,000,000 de tonnes sur 1911: 41,300,009 tonnes, au lieu de 39,200,000.

L'augmentation provient presque exclusivement des bassins du Nord et du Pas-de-Calais, qui ont donné 27,801,080 au lieu de 26,140,000, soit un excédent de 1,661,000 tonnes.

La mine française qui a atteint le plus fort tonnage est celle de Lens: 3,908,000 tonnes.

Pendant la même année, la production des Etats-Unis a été de 438,083,000 tonnes et celle de l'Allemagne de 259,435,000. Malgré l'augmentation de sa production, la France est loin de trouver chez elle le combustible qui lui est nécessaire. Sa consommation pendant l'année 1912 a été de 59,622,000 tonnes. Il a donc fallu importer 31 pour cent de ce charbon.

La production houillère de l'Etat d'Oklahoma, en 1912, d'après les statistiques publiées à Washington par l'United States Geological Survey, a été de 3 millions 675,418 tonnes, représentant une valeur, sur le carreau des mines,

de 7,867,331 dollars, contre 3 millions 074,242 et 6,291,494 dollars respectivement en 1911.

La diminution de la production pétrolière et de gaz naturel dans le continent moyen est la cause de l'accroissement de la production houillère dans Oklahoma, l'année dernière, lequel a provoqué une notable hausse des prix. Le cours moyen, par tonne de charbon, s'est en effet avancé de 2 doll. 5 à 2 doll. 14.

RIEN D'EGAL AU BETON POUR UNE COUR DE FERME.

En couvrant toute sa cour de ferme avec du béton, le fermier améliorera les conditions de sa ferme. Ce n'est pas rare, au printemps, de voir une cour de ferme inondée à tel point que le bétail peut presque y nager — une condition qui, pour ne pas dire plus, est loin d'être de nature à améliorer l'état du bétail sur pied. En couvrant toute la cour de ferme d'une couche de béton et en établissant des conduits d'écoulement, vous empêcherez tout retour de ce déplorable état de choses. Un tel ouvrage, quand il s'agit d'une grande cour, constitue une entreprise assez importante, si l'on veut tout faire d'un coup. Mais il n'est pas besoin d'en agir ainsi. On peut y procéder à temps perdu, faire bétonner une petite section chaque année.

Retirez le fumier et la poussière, nivelez et relevez le terrain en pente pour permettre l'écoulement des eaux.

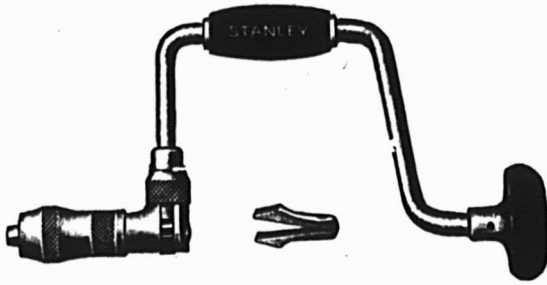
Mélangez du béton 1:2½:5 et, en commençant par le bas côté, appliquez la couche en sections de 5 pieds de largeur et d'une épaisseur de 4 à 6 pouces.

Souvenez-vous du fait qu'il faut mettre le béton par sections et quand l'ouvrage d'une journée est terminé, placez un madrier d'une épaisseur d'un pouce au bord de chaque section et bétonnez directement contre ce madrier. Retirez ce madrier avant de commencer l'ouvrage du lendemain.

Dès que le béton est en place, aplanissez-le avec une règle en bois.

Le lendemain du jour où vous avez bétonné, jetez sur le béton de la paille que vous maintiendrez humide pendant au moins une semaine. Ne tenez pas à aplanir trop la surface; un fini grossier convient mieux aux animaux.

Stanley Tools



Il y a quelques semaines, nous avons illustré les Vilebrequins à Rochet Isolé de Stanley et pour un Vilebrequin de haute marque et bien fini, il ne peut être égalé. Toutefois nous considérons que, pour compléter votre stock, vous devez aussi tenir quelques Vilebrequins à Rochet qui puissent se vendre à bon marché. Les Vilebrequins à Rochet "VICTOR," de Stanley, représentés ci-contre, sont désignés pour satisfaire à une telle demande et, quant à leurs qualités comme travailleurs, comme force, dessin et bon fini nous les recommandons comme la meilleure valeur qui soit sur le marché. Ils sont très bien décrits dans notre catalogue. En désirez-vous un ?

STANLEY RULE & LEVEL CO.
NEW BRITAIN, CONN. U.S.A.

La Baratte "Favourite" de MAXWELL

Est connue et en usage depuis bientôt vingt ans et elle a donné une si complète satisfaction qu'il se vend annuellement plus de barattes "Favourite" que de barattes de toutes les autres marques combinées.

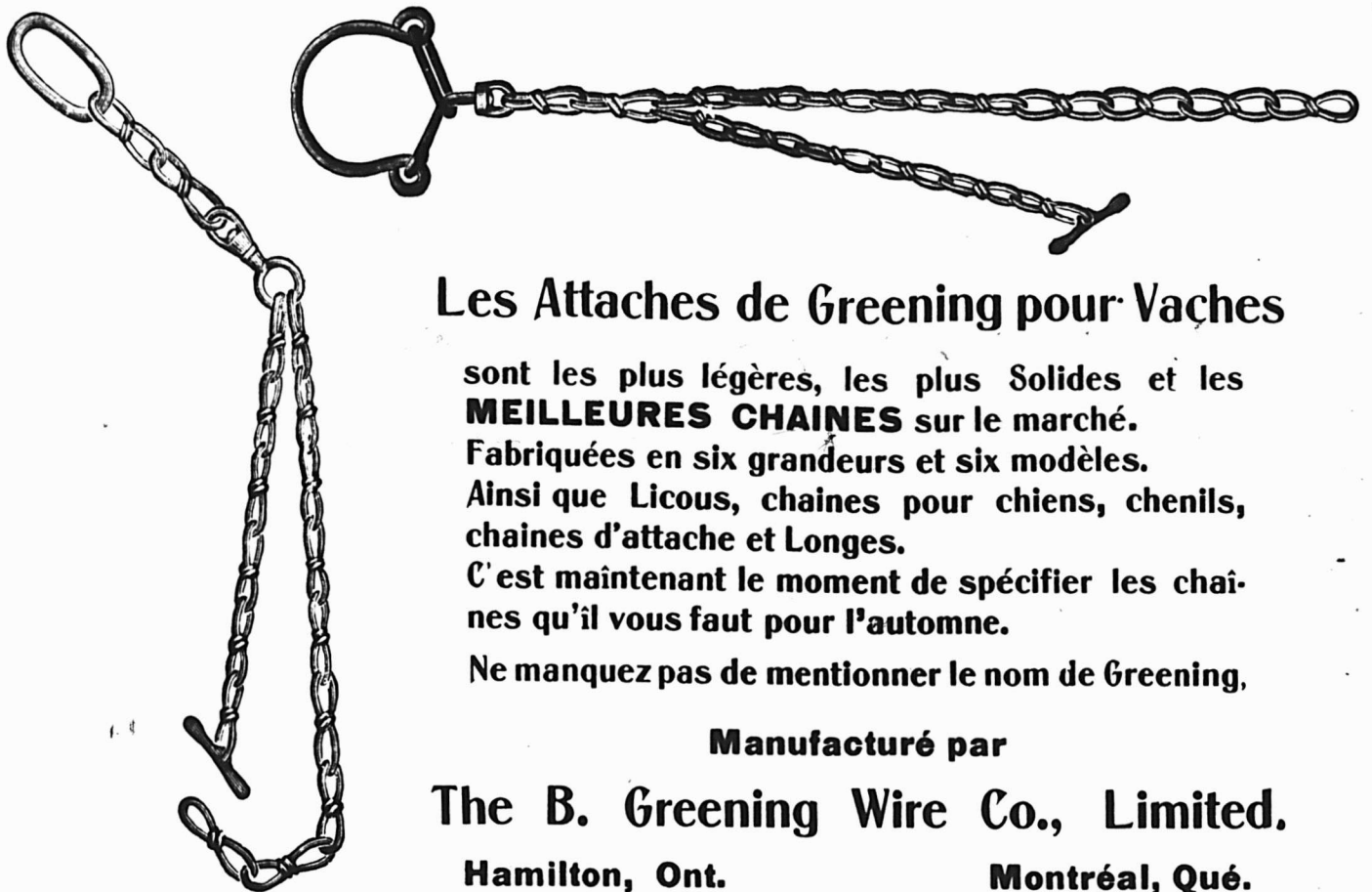
Le baril est fait du meilleur chêne importé, fini naturel, avec cercles en aluminium-argent. Coussinets à billes d'une grandeur exceptionnelle, facile à actionner et durable. La gravure fait voir la commodité de l'actionnement à la main et au pied combinés, la légèreté et la force du support en fer, à levier simple ou à arc.

Vous êtes désavantagé vis-à-vis des autres marchands, si vous ne vendez pas la "Favourite" de MAXWELL.

DAVID MAXWELL & SONS,

ST - MARY'S, ONT.

AGENCE A MONTREAL . . . 446-448 RUE ST-PAUL



Les Attaches de Greening pour Vaches

sont les plus légères, les plus Solides et les **MEILLEURES CHAINES** sur le marché.

Fabriquées en six grandeurs et six modèles.

Ainsi que Licous, chaînes pour chiens, chenils, chaînes d'attache et Longes.

C'est maintenant le moment de spécifier les chaînes qu'il vous faut pour l'automne.

Ne manquez pas de mentionner le nom de Greening,

Manufacturé par

The B. Greening Wire Co., Limited.

Hamilton, Ont.

Montréal, Qué.

(Ferronnerie) Marché de Montréal

LA SITUATION.

Malgré quelques fluctuations des prix d'une journée à l'autre, le niveau général reste à peu près le même que pendant les dernières semaines. On constate un peu plus d'activité depuis le début du mois de septembre et l'on pense que ce mouvement va s'accroître pendant ce mois-ci. Pour les rentrées d'argent et la situation monétaire, il n'y a pas eu de changement.

Nous cotons:

PLOMBERIE

Tuyaux de plomb

Les prix sont de 7.50 moins 5% pour tuyaux en plomb et de 9.00 pour tuyaux de plomb composition moins 5%.

Tuyaux de renvoi en font et accessoires

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

Tuyaux en fer

Nous cotons, prix de la liste:

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

Tuyaux galvanisés

Nous cotons prix de liste:

| | | |
|----|-----------|-------|
| ¼ | 100 pieds | 6.00 |
| ⅜ | 100 pieds | 6.00 |
| ½ | 100 pieds | 8.50 |
| ¾ | 100 pieds | 11.50 |
| 1 | 100 pieds | 17.00 |
| 1¼ | 100 pieds | 23.00 |
| 1½ | 100 pieds | 27.50 |

| | | |
|----|-----------|--------|
| 2 | 100 pieds | 37.00 |
| 2½ | 100 pieds | 58.50 |
| 3 | 100 pieds | 76.50 |
| 3½ | 100 pieds | 92.00 |
| 4 | 100 pieds | 109.00 |

Les escomptes sont les suivants:
Tuyaux noirs: ¼ pouce et ⅜ pouce, 63 p.c.; ½ pouce, 69 p.c.; ¾ à 4 pouces, 72½ p.c.

Tuyaux galvanisés: ¼ à ⅜ pouce, 48 p.c.; ½ pouce, 59 p.c.; ¾ à 4 pouces, 62½ p.c.

Tuyaux en acier

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

Fer-blanc Charcoal

Nous cotons: 1 c. 14 x 20 4.65

Fer-blanc en feuilles

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

(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)

Au coke — Lydbrook ou égal

1C, 14 x 20, base bte 4.45

(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)

Au Charbon—Terne-Dean ou égal

1C, 20 à 28 bte 7.40

(Caisse de 112 feuilles, 216 lbs. net)

XX, 14 x 60, gauge 26 lb. 0.07 0.07½

Feuilles étamées

72 x 30 gauge 24, 100 lbs. 8.50

72 x 30 gauge 26, 100 lbs. 9.00

Tôles galvanisées "Canada"

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

Tôles noires

Feuilles:

| | |
|---------|------|
| 22 à 24 | 2.65 |
| 26 | 2.75 |
| 28 | 2.85 |

Tôles galvanisées

Nous cotons à la caisse: Fleur

| Gorbals | | Queens | | de |
|-----------|------|--------|------|------|
| Best | Best | Comet | Head | Lis |
| 28 G | 4.40 | 3.95 | 4.40 | 4.20 |
| 26 G | 4.20 | 3.50 | 4.20 | 3.95 |
| 22 à 24 G | 3.75 | 3.45 | 3.75 | 3.45 |
| 16-20 | 3.65 | 3.20 | 3.65 | 3.35 |

Les prix de la marque Comet sont plutôt à la hausse.

Apollo

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

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

28 G. Américain équivaut à 26 G. Anglais.

Petite tôle 18 x 24 52 feuilles 4.45

Petite tôle 18 x 24 60 feuilles 4.70

Soudure

Les prix sont plus élevés de 1c par lb. Nous cotons: barre demi et demi, garantie, 28½c; do., 25½c. "Wiping", métal pour plombiers.

QUINCAILLERIE

Boulons et noix

Très ferme et à la hausse.

Nous cotons:

Boulons à voitures Norway (\$3.00) 50 et 10 p.c.

Boulons à voitures carrés (\$2.40) 60 et 10 p.c.

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

Boulons à machine, ½ pce et au-dessous 60c.

Ball 100 lbs. 11.20

Boulons à machine, 7/16 pce et au-dessous, 57½c.

Boulons à lisse, ½ et plus petits, 60 et 55 et 10 p.c.

Boulons à lisse, 7/16 et plus gros, 50 et 5 p.c.

LA SAISON DE LA CHASSE EST OUVERTE

COMMENT SE VEND VOTRE STOCK ?

Un bon sujet de conversation à propos de vos cartouches **DOMINION** Impérial, Régal et Sovereign pour fusils de chasse.

Elles ne sont chargées que de poudre sans fumée Epaisse et de Calibre, la première du monde entier et ce ne sont que des cartouches refroidies deux fois.

Les cartouches à poudre noire Crown, c'est un Feu Sûr.

Les Cartouches DOMINION sont fabriquées entièrement au Canada, et sont spécialement adaptées à ses conditions climatiques variables.

Le But de la DOMINION CARTRIDGE CO. est d'assurer les qualités régulières de tir de chaque cartouche par la combinaison convenable de la Poudre, de la Balle et de la Bourre, pour que le recul soit le plus faible possible tout en maintenant la rapidité, un modèle parfait et une pénétration sûre.

Vos clients

connaissent la marque.

DOMINION CARTRIDGE CO.,



Limited. Montréal, P. Q.

**Il est
Avantageux
de Vendre**



**Les Vernis et
Peintures de
Martin - Senour**

Ils sont soutenus par la sorte de coopération qui assure non seulement de bonnes ventes et de bons profits pour le marchand, mais de la satisfaction réelle à ses clients. Laissez-nous vous le prouver. . . .

**The
Martin-Senour
Company, Limited.
MONTREAL.
HALIFAX,
TORONTO,
WINNIPEG.**

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

Crampes à clôtures
Fer poli \$2.60
Fer galvanisé 2.80
Broches pour poulaillers
½ x 20 x 30" 4.10
½ x 30 x 36" 4.75
½ x 22 x 24" 5.00
½ x 22 x 30" 6.30
L'escompte est de 50 p.c. sur la liste.
½ x 20 x 24" 3.40
½ x 22 x 36" 7.50

Broche galvanisée, etc.
Nous cotons:
No 9 les 100 lbs. 2.30
No 12 les 100 lbs. 2.45
No 13 les 100 lbs. 2.55
Poli brûlé:
No 10 les 100 lbs. 2.35
No 0 à 9 les 100 lbs. 2.35
No 11 les 100 lbs. 2.42
No 12 les 100 lbs. 2.60
No 13 les 100 lbs. 2.70
No 14 les 100 lbs. 2.80
No 15 les 100 lbs. 2.85
No 16 les 100 lbs. 3.00
Brûlé, p. tuyaux 100 lbs. No 18 3.85
Brûlé, p. tuyaux 100 lbs. No 19 4.70
Extra pour broche huilée, 10c p. 100 lbs.

Broche à foin
La demande est faible.
Nous cotons net:
Marché très ferme.
No 13, \$2.25; No 14, \$2.30, et No 15, \$2.40. Broche à foin en acier coupé de longueur, escompte 25 p.c. sur la liste.

Plaques d'acier
½ pouce 100 livres 2.40
3/16 pouce 100 livres 2.70

Zinc en feuilles
Le marché est ferme.
Nous cotons: \$7.75 à \$8.00 les 100 lbs.

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

Broche moustiquaire
Forte demande.
Nous cotons: broche noire, \$1.55 par rouleau de 100 piens.

Broquettes
Pour boîtes à fraises 75 et 12½ p.c.
Pour boîtes à fromage 85 et 10 p.c.
A valises 80 et 12½ p.c.
A tapis, bleues 80 p.c.
A tapis, étamées 80 et 15 p.c.
A tapis, en barils 40 p.c.
Coupées bleues, en doz. 75 et 12½ p.c.
Coupées bleues et ½ pe-
santeur 60 p.c.
Sweeden, coupées, bleues
et ornées, en doz. 75 p.c.
A chaussures, en doz. 50 p.c.
A chaussures, en uqts 1 lb. 60 et 10 p.c.

Clous de broche
Nous cotons: \$2.30 prix de base, f.o.b., Montréal.

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

Clous à cheval
Nous cotons par boîte: No 7, \$2.00; No 8, \$2.75; No 9, \$2.60; No 10, \$2.50, avec escompte de 10 p.c.

Fers à cheval
Nous cotons f.o.b., à Montréal:

Neverslip crampons, ½ le cent 3.80
No 2 No 1
et plus et plus
grand petit

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

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

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

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

Tordeuses à linge
Nous cotons:
Royal Canadian doz. 47.75
Colonial doz. 52.75
Safety doz. 56.25
E. Z. E. doz. 51.75
Rapid doz. 46.75
Paragon doz. 54.00
Bicycle doz. 60.50
Moins escompte de 20 p.c. Fore demande.

Munitions
L'escompte sur les cartouches canadiennes est de 30 et 10 pour cent. La demande est très active.

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

METAUX
Antimoine
Le marché est sans changement, \$9.75 à \$10.00.

Fonte
Nous cotons:
Carron Soft 24.50
Clarence No 3 22.00

Fer en barre
Plus ferme.
Nous cotons:
Fer marchand base 100 lbs. 2.75
Fer forgé base 100 lbs. 2.30
Fer fini base 100 lbs. 2.40

| | | |
|--------------------------------|-----------|------|
| Fer pour fers à cheval | | |
| base 100 lbs. | 2.40 | |
| Feuillard mince 1½ à 2 pcs | base 3.20 | |
| Feuillard épais No 10 | base 2.25 | |
| Acier en barre | | |
| Nous cotons net, 30 jours: | | |
| Acier doux base 100 lbs. | 0.00 | 2.25 |
| Acier à rivets base 100 lbs. | 2.10 | 2.25 |
| Acier à lisse base 100 lbs. | 0.00 | 2.25 |
| Acier à bandage base 100 lbs. | 0.00 | 2.25 |
| Acier à machine base 100 lbs. | 0.00 | 2.25 |
| Acier à pince base 100 lbs. | 0.00 | 2.95 |
| Acier à ressorts base 100 lbs. | 2.75 | 3.10 |

Cuivre en lingots

Le marché est fort.

Nous cotons: \$18.50 à \$19.00 les 100 lbs. Le cuivre en feuilles est coté à 27c la livre.

Etain en lingots

Nous cotons: \$50.00 à \$50.50 les 100 livres.

Ce métal se fait de plus en plus rare sur les marchés primaires et les expéditions diminuent.

Plomb en lingots

Plus fort: \$5.75 à \$5.85.

Zinc en lingots

La demande est faible.

Nous cotons: \$6.50 à \$6.75 les 100 livres.

HUILES, PEINTURES ET VITRERIE**Huile de lin**

Forte demande et prix fermes.

Nous cotons au gallon, prix nets: huile bouillie 65c, huile crue 62c.

Huile de loup-marin

Nous cotons au gallon:

| | |
|---|-----|
| Huile extra raffinée | 70c |
| Essence de térébenthine | |
| Nous cotons 65c le gallon par quantité de 5 gallons et 70c le gallon par baril. | |

Blanc de plomb

| | |
|---------------------|------|
| Forte demande. | |
| Blanc de plomb pur | 8.25 |
| Blanc de plomb No 1 | 7.60 |
| Blanc de plomb No 2 | 7.40 |
| Blanc de plomb No 3 | 6.95 |
| Blanc de plomb No 4 | 6.75 |
| Pitch | |

| | |
|-----------------------|-----------|
| Nous cotons: | |
| Goudron pur, 100 lbs. | 0.70 0.80 |
| Goudron liquide, brl | 0.00 4.00 |

Peintures préparées

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

Verres à Vitres

Les prix sont très fermes. Forte demande.

Le marché Belge augmente continuellement ses prix.

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

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

Vert de Paris pur

| | |
|----------------------------|------------|
| Forte demande. | |
| Eauis a petrole | 0.00 0.19 |
| Drum de 50 à 100 lbs. | 0.00 0.20½ |
| Drum de 25 lbs. | 0.00 0.20½ |
| Boites de papier, 1 lb. | 0.00 0.22½ |
| Boites de ter-blanc, 1 lb. | 0.00 0.23½ |
| Boites papier, ½ lb. | 0.00 0.24½ |
| Boites ter-blanc, ½ lb. | 0.00 0.25½ |

Câbles et cordages

| | | | |
|-----------------|----------|------|-------|
| Best Manilla | base lb. | 0.00 | 0.17 |
| British Manilla | base lb. | 0.00 | 0.13 |
| Sisal | base lb. | 0.00 | 0.12 |
| Lathyarn simple | base lb. | 0.00 | 0.12 |
| Lathyarn double | base lb. | 0.00 | 0.12½ |
| Jute | base lb. | 0.00 | 0.11 |
| Coton | base lb. | 0.00 | 0.25 |
| Corde à châssis | base lb. | 0.00 | 0.34 |

Papiers de Construction

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

Charnières (couplets) No 840

| | |
|----------------|------|
| 1½ pouce | 0.67 |
| 1½ pouce | 0.75 |
| 2 pouces | 0.81 |
| rils. sur char | 2.10 |
| 2½ pouces | 0.92 |
| 2½ pouces | 1.07 |
| 3 pouces | 1.30 |



Hors de toute amalgamation.

Dans la construction de notre Laveuse Stephenson, il y a des détails spéciaux qui méritent et attirent l'attention de toutes les ménagères soigneuses. Le fond ridé ainsi que le dessus ridé, de forme spéciale, assure une action exactement semblable à celle qu'on fait en frottant le linge avec les mains sur une planche à laver, de sorte qu'on peut laver les tissus les plus délicats sans crainte de les déchirer. Haute qualité. Prix bas. Ecrivez pour connaître nos prix.

Taylor-Forbes Co. Ltd.,

246, RUE CRAIG OUEST

MONTRÉAL

GRAND TRUNK RAILWAY SYSTEM

QUATRE TRAINS EXPRESS PAR JOUR

Montréal et Toronto.

9.00 a.m., 9.40 a.m., 7.30 p.m., 10.30 p.m.

Wagons Buffets, Salons et de Lecture sur trains de jour, et Dortoirs Pullman éclairés à l'électricité sur trains de nuit.

LA SEULE ROUTE A DOUBLE VOIE.

L'International Limited

LE MEILLEUR CONVOI DU CANADA.

Quitte Montréal pour Toronto et Chicago à 9 00 a.m., tous les jours.

QUIPEMENT DE PREMIERE CLASSE

Montréal et Ottawa.

Quitte Montréal à 8.16 a.m., et à 9.30 a.m.
Arrive à Ottawa à 11.30 a.m., et à 12.15 p.m.
Quitte Montréal à 3.55 p.m., et à 8.00 p.m.
Arrive à Ottawa à 7.10 p.m., et à 11.15 p.m.

Trains à 9.30 a.m., et à 3.55 p.m., tous les jours dimanche excepté; à 8.16 a.m., et 8.00 p.m., tous les jours.

Wagons Salons et Buffets sur tous les convois. Wagon Salon-Buffet-Observatoire Pullman sur les convois de 3.55 p.m., et de 8.00 p.m.

BUREAUX DES BILLETS EN VILLE:
122 rue St-Jacques. Tél. Main 6905, ou gare Bonaventure

Amatite ROOFING

IL N'EST PAS BESOIN DE PEINTURE

La supériorité d'Amatite sur tous les autres genres de Couverture toute prête est évidente pour quiconque s'en sert.

Amatite dispense de tous les tracés relatifs à la couverture et de toutes les dépenses inutiles parce qu'il a une surface minérale véritable qui n'a pas besoin de peinture.

Il est durable, très peu combustible, pratique, économique.

N'achetez pas d'autre Matériel de Couverture, avant d'avoir vu Amatite. Ecrivez au plus prochain bureau pour recevoir des échantillons.

La Peinture Elastique Everjet

Economisez de l'argent en employant cette peinture noire, chaque fois que la couleur importe peu. Elle est elastique, à l'épreuve de la chaleur, durable. Servez vous-en pour les toitures "rubber" et pour tous les articles en fer et en bois exposés à l'air.

THE PATERSON MFG. Co., Limited

MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG, VANCOUVER, ST-JEAN, N. B. HALIFAX, N. F. SYDNEY, N. E.



Nos 800 et 838

| | |
|--------------|------|
| 1 pouce | 0.32 |
| 1 1/2 pouce | 0.37 |
| 1 1/2 pouce | 0.48 |
| 1 3/4 pouce | 0.59 |
| 2 pouces | 0.67 |
| 2 1/4 pouces | 0.76 |
| 2 1/2 pouces | 0.81 |
| 2 3/4 pouces | 0.95 |
| 3 pouces | 1.07 |
| 3 1/2 pouces | 1.49 |
| 4 pouces | 2.12 |

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

FERRAILLES

| | | |
|--------------------------------------|-----------------|----------|
| | La lb. | |
| Cuivree fort et fil de cuivre | 0.00 | 0.11 |
| Cuivre mince et fonds en cuivre | 0.00 | 0.09 |
| Laiton rouge fort | 0.00 | 0.10 |
| Laiton jaune fort | 0.00 | 0.08 |
| Laiton mince | 0.00 | 0.06 |
| Plomb | 0.02 1/2 | 0.02 1/2 |
| Zinc | 0.00 | 0.03 |
| | La tonne | |
| Fer forgé No 1 | 0.00 | 12.50 |
| Fer fondu et débris de machines No 1 | 0.00 | 16.00 |

| | | |
|-----------------------------|---------------|-------|
| Plaques de poêle | 0.00 | 12.50 |
| Fontes et aciers malléables | 0.00 | 9.00 |
| Pièces d'acier | 0.00 | 5.00 |
| | La lb. | |
| Vieilles claques | 0.00 | 0.00 |

PLATRE

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

LA CONSTRUCTION

Durant la semaine terminée le 27 septembre 1913, la ville a émis 53 permis de construire au coût total de \$206,975 pour les nouvelles constructions et de \$28,345 pour les réparations.

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

| | |
|------------------|-----------------|
| Quartier. | Montant. |
| St-Denis | \$101,975 |
| Delorimer | 21,175 |
| St-Laurent | 75 |
| Rosemont | 5,700 |
| St-Anne | 125 |

| | |
|----------------------|--------|
| Notre-Dame de Grâces | 38,800 |
| Laurier | 10,500 |
| St-Joseph | 20,150 |
| Duvernay | 5,075 |
| Emard | 2,645 |
| St-Gabriel | 3,600 |
| Hochelaga | 1,700 |
| St-Henri | 200 |
| Ste-Cunégonde | 100 |
| Lafontaine | 500 |
| St-Georges | 21,000 |
| Mont-Royal | 2,000 |

Total ... \$235,320

Rue St-Hubert, quartier St-Denis; 4 maisons, 10 logements, 1 magasin, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$12,000. Pro-

priétaire, Philippe Picard, 3026 St-Hubert.

Rue Saint-Laurent, quartier Laurier; 1 maison, 2 logements, 1 magasin, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$4,500. Propriétaire, Roch Lussier, 2853 St-Laurent.

Rue Chabot, quartier Delorimer; 2 maisons, 10 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$8,000. Propriétaire, A. Chaussé, 11:9 Demontigny Est.

Rue Chabot, quartier Delorimer; 1 maison, 3 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$3,500. Propriétaire, Robt. B. Hume, 377 Marquette.

Rue St-André, quartier Saint-Denis; 2 maisons, 8 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$6,000. Propriétaire, Louis Garnier, 1094 Cartier.

Dixième Avenue, quartier Rosemont; 1 maison, 4 logements, 3 étages, 3e clas-

Est-ce Que Vos Clients Sont Avertis Des Avantages de la Peinture en Automne ?

Les beaux jours frais de septembre et d'octobre sont l'époque idéale pour peindre et on obtient de meilleurs résultats que si ce travail était fait au printemps, quand le soleil est ardent, qu'il y a des mouches et de la poussière.
Faites bien valoir ce fait auprès de vos clients.
Faites-leur remarquer aussi que

Les Peintures et Vernis Préparés DE JAMIESON

Marques
**CROWN, ANCHOR,
ISLAND CITY & RAINBOW**

donnent des résultats égaux aux meilleurs.
Ils sont vendus à un prix raisonnable et ils sont soutenus par notre réputation et notre garantie.

On n'a jamais fabriqué de meilleure peinture.

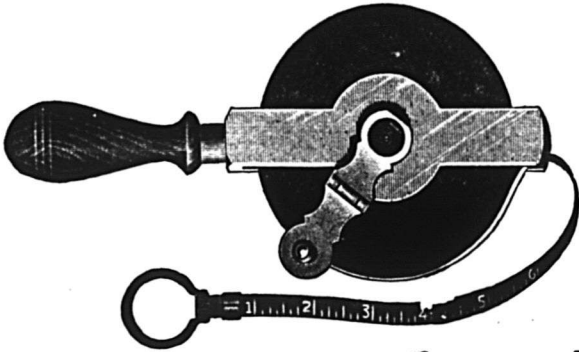
R. C. JAMIESON & CO., LIMITED

MONTREAL

ETABLIE EN 1858

VANCOUVER

PROPRIETAIRES et DIRECTEURS
P. D. DODS & CO., Limited.



La progression du Dominion ouvre un marché plus vaste et nos marchandises sont les mieux établies dans leur ligne. C'est une bonne raison pour tenir les

REGLES ET GALLONS DE MESURE

LUFKIN

On les demandera. Ils donneront satisfaction. Ils sont faits au Canada
Ils annonceront tout votre stock.

CATALOGUE SUR DEMANDE.

THE LUFKIN RULE CO. OF CANADA, LTD.
WINDSOR, ONT.

NOUS vous offrons ce fusil simple supérieur, pour gros gibier, à un très bas prix. C'est le moment de vous en procurer un, calibre 11mm ou 43. Longueur totale, 39 pouces ; longueur du canon 20 pouces.



Pesanteur 7 livres

C'est le véritable fusil de l'armée Allemande ("Mauser"), modèle 71, que nous avons transformé en fusil de chasse. Aucun gibier n'est trop gros pour ce fusil. Il est très utile pour la forêt, pour la ferme, ou tout autre endroit giboyeux. Tout le mécanisme de la culasse est fait de fin acier à outils. Un levier de sûreté barre le fusil de façon à ce qu'il ne puisse faire feu et la culasse ne peut s'ouvrir que lorsque ce levier est dégagé, ce qui garantit une sûreté absolue.

MCGILL CUTLERY COMPANY, REGISTERED.

Boîte Postale 580,

Montréal, Canada.

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT".

se; coût prob., \$5,000. Propriétaire, A. Marcotte, 545 Garnier.

Rue Cartier, quartier Delorimier; 1 bâtisse à bureaux, 1 étage, 2e classe; coût prob., \$1,500. Propriétaire, Imperial Oil Co., Board of Trade Bldg.

Rues Bélanger et St-Zotique, quartier St-Denis; 1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob., \$1,000. Propriétaire, A. Graham, 648 Beaubien.

Rue Guy, 244 en arrière, quartier St-Joseph; 1 écurie, 4 étages, 2e classe; coût prob., \$20,000. Propriétaire, Toilet Laundry Co., rue Richmond.

Rue Mayfair, quartier Notre-Dame de Grâces; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 2e classe; coût prob., \$5,000. Propriétaire, F. L. Chenier, 650 avenue Terrebonne.

Rue Chabot, quartier Delorimier; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$3,000. Propriétaire, Félix Larocque, 401 Dufresne.

Rue Bordeaux, quartier Saint-Denis; 1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob., \$1,500. Propriétaire, Raymond Lajoie, 2569 St-Hubert.

Rue Bréboeuf, quartier Duvernay; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$5,000. Propriétaire, Louis Gauthier, 26 Bréboeuf.

Rue St-Hubert, quartier St-Denis; 1 maison, 1 magasin, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$3,000. Propriétaire, H. B. Bilodeau, 562 Ste-Catherine Est.

Rue Mazarin, quartier Emard; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe;

coût prob., \$1,800. Propriétaire, Stanislas Landry, 54 St-Ferdinand.

Rue Hutchison, quartier Laurier; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$6,000. Propriétaire, I. Provencher, 135 Mansfield.

Rue Cartier, quartier Delorimier; 2 maisons, 6 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$5,000. Propriétaire, Joseph Chevalier, 140 St-Jérôme.

Boulevard Sherbrooke, quartier Notre-Dame de Grâces; 1 maison, 1 magasin, 5 logements, 3 étages, 2e classe; coût prob., \$25,000. Propriétaire, Thos. Coggins, rue St-Antoine.

Rue Old Orchard, quartier Notre-Dame de Grâces; 2 maisons, 4 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$8,000. Propriétaire, F. Lachapelle, 2589 St-Hubert.

Achetez le meilleur.

Corde pour Châssis, marque "Hercules"
Corde de Coton, marque "Star"
Articles de Vêtements, en Coton,
Ficelle de coton, 3 et 4 fils

En vente dans toutes les Principales Maisons de Gros.

The Hamilton Cotton Co.

HAMILTON, Ont.

Il n'y a qu'une qualité supérieure et c'est celle de "MORROW".



VIS D'AJUSTAGE.
VIS À TÊTE.
DEMI-NOIX.
FOREUSES TORDUES.

Quand vous commandez ces spécialités insistez pour la marque "MORROW" et vous reconnaîtrez que vous aurez eu le meilleur produit qu'il y ait.

John Morrow Screw and Nut Co., Limited. - Ingersoll, Ont

POSEZ DES QUESTIONS

C'est la raison d'être de notre Bureau de Renseignements que de répondre à vos questions. Cela nous coûte des milliers de dollars par an---mais les réponses ne vous coûtent rien.

Quand vos clients veulent savoir quelque chose à propos du béton---quand ils demandent qu'on les aide à calculer les proportions d'un silo ou d'une allée ou même d'un montoir et que vous ne pouvez donner la réponse "à brûle-pourpoint", adressez-nous la demande de renseignement; nous y répondrons complètement et promptement.

Ce service de Renseignements est un des secours qui aident à la vente du

CANADA Portland CEMENT

L'intérêt que nous portons à la vente du Ciment Canada ne s'arrête pas, quand le ciment vous est vendu. Nous ne le considérons pas comme VENDU; tant que votre client ne l'a pas mélangé convenablement pour en faire du béton et ne l'a pas employé de a façon qui lui donnera le plus de satisfaction. Le Ciment Canada est probablement le produit le mieux annoncé au Canada. Vous pouvez en faire la ligne QUI RAPORTE LE PLUS parmi celles que vous tenez. Et une façon d'y arriver, c'est de vous adresser à notre Bureau de Renseignements, chaque fois qu'un client a besoin d'aide.

Adressez toutes les demandes au

BUREAU DE RENSEIGNEMENTS

CANADA CEMENT COMPANY LIMITEE.

MONTREAL.

BUREAU DE VENTES A

MONTREAL. TORONTO. WINNIPEG. CALGARY.

Commandez du Ciment au us proche Bureau de Ventes.



EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT".

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

EN GROS SEULEMENT.



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

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

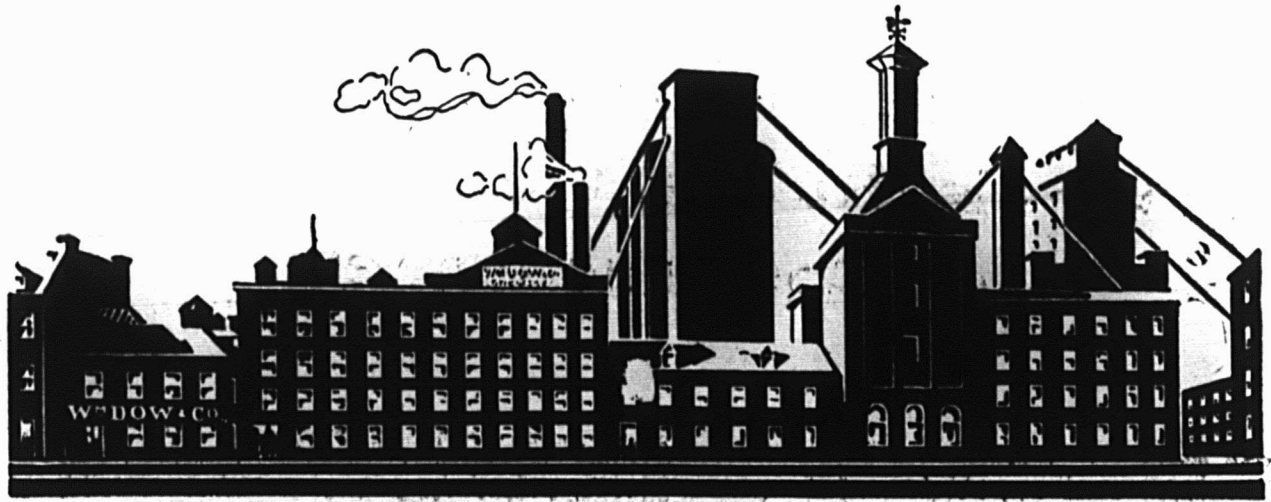
LEUR collection d'articles est aussi complète que possible et présente un assortiment des plus variés.

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

L. H. HÉBERT & CIE., LIMITEE.

IMPORTATEURS

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



Il y a plus de cent ans, les ALES et le PORTER de W. DOW & CO., étaient les types d'excellence au Canada et, aujourd'hui, ils maintiennent toujours leur position ; leur qualité et leur valeur n'ont pas changé.

ALES & PORTER de DOW.

Malgré le coût plus élevé de la production, la qualité est toujours la meilleure. Aucun procédé n'est employé pour diminuer le prix du brassage. Les produits de DOW sont toujours à un plein degré de maturation. La demande pour les produits de DOW est énorme. En avez-vous un bon stock en mains ?

The National Breweries, Limited.

Successeurs de W. DOW & CO.,

MONTREAL.

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT".

Vins et Liqueurs

VINS ET EAUX-DE-VIE

Sur les marchés primaires.

Nous extrayons de la "Revue des Vins et Liqueurs", de Paris, les intéressants renseignements qui suivent.

Vins.

La température du mois de juillet qui avait donné quelque inquiétude dans le Bordelais n'a pas causé les dégâts que l'on redoutait. Depuis, le temps a été beaucoup plus clément. Si nous enregistrons dans la première quinzaine d'août plusieurs orages dont quelques-uns ont endommagé assez sérieusement certains vignobles, on peut constater avec satisfaction que ces dégâts ne sont que partiels et que l'ensemble du Bordelais permet de compter, si la chaleur se maintient, sur une récolte non pas abondante, il ne peut en être question maintenant, mais de bonne qualité.

Au point de vue affaires, c'est toujours calme. Cependant on constate dans certains rayons un mouvement plus accentué pour les qualités moyennes de 1912, qui jusqu'à ce jour n'avaient trouvé que peu d'amateurs.

Les ventes sur souches sont peu importantes, néanmoins d'après les offres, on constate que les cours de la future récolte seront encore assez élevés.

La situation générale reste donc la même. Aucune indication pour l'avenir ne se manifeste avec précision tant du côté du commerce que de celui de la propriété. Il est probable que cette situation se poursuivra jusqu'à la veille des vendanges.

La situation en Champagne ne s'est pas améliorée depuis le mois dernier. Le mois de juillet fut très pluvieux, moins que le mois de juin il est vrai; quant à la chaleur, nous avons eu quelques journées chaudes à la fin du mois, mais elles n'avaient rien d'excessif. Avec le mois d'août nous ne sommes pas plus favorisés, la pluie réapparaît et les nuits sont particulièrement froides; la température s'abaisse parfois jusqu'à 6°, ce qui est tout à fait anormal.

Dans de telles conditions la vigne, ou plutôt le raisin n'a fait que souffrir. Nos vigneron ont merveilleusement soigné leurs vignes, il les ont sulfatées continuellement et sont arrivés à les conserver en bon état malgré les attaques répétées du mildiou. Depuis six semaines l'oïdium a fait son apparition et pour l'arrêter il a fallu procéder à de fréquents poudrages de soufre. La plupart de ces poudrages ont suffi pour enrayer le mal, mais de nouvelles attaques sont encore à craindre.

Nous vous avons dit le mois dernier que la fleur s'était passée dans de mauvaises conditions et que beaucoup de raisins avaient coulé, mais c'est surtout aujourd'hui que l'on peut se rendre compte de l'étendue du mal. De ce fait, nous allons avoir une très faible récolte. Dans la plupart des crus on ne compte que de 5 à 7 pièces à l'hectare; en prenant comme moyenne le chiffre de 13,000 hectares pour la "Champagne Viticole", chiffre qui actuellement serait plutôt un peu exagéré, nous arrivons à cette déduction qu'on ne fera en Champagne cette année que de 65,000 à 90,000 pièces!!!

C'est dire que nous allons encore avoir une année déficitaire.

De nouveau l'Aube recommence à s'agiter!

MM. Paul Meunier et Thierry-Delanoue, députés de l'Aube, avaient présenté à la Chambre des députés un projet ainsi conçu: "La Chambre est résolue à faire appliquer avec équité les lois existantes, jusqu'au jour où les délimitations administratives pourront être supprimées par une législation nouvelle, dont l'élaboration peut être longue et difficile, invite le gouvernement:

1° A incorporer le département de l'Aube dans la région délimitée sous l'appellation de "Champagne" par le décret du 17 décembre 1908 et protégée par la loi du 10 février 1911;

2° A abroger en conséquence, en ce qui concerne le département de l'Aube, le décret du 7 juin 1911 qui a constitué une région dénommée "Champagne 2ème zone".

Les députés de l'Aube ont essayé de faire discuter ce projet le jour de la clôture de la session parlementaire, mais la Chambre n'a pas accepté cette proposition, malgré les protestations des intéressés.

Ce projet de loi ne pourra maintenant être discuté qu'après la rentrée des Chambres, c'est-à-dire en novembre prochain.

En signe de protestation, les municipalités des communes viticoles de l'Aube démissionnent, mais on doute fort que ce moyen soit bien efficace pour faire aboutir leurs revendications.

Le mois dernier, nous constatons que nos expéditions étaient en baisse sur l'année 1912 et que le mois de mai accusait une diminution de 435,004 bouteilles sur mai 1912. Cette diminution ne fait malheureusement que continuer.

En juin 1913 nous avons expédié 2,542,350 bouteilles, dont 1,987,949 bouteilles de Champagne et 554,401 bouteilles de vins mousseux; en juin 1912 nous avons expédié 2,442,637 bouteilles de vin de Champagne et 534,717 bouteilles de vins mousseux, soit 2,977,354 bouteilles, ce qui fait pour juin 1913 une diminution de 435,004 bouteilles.

Pour le mois de juillet, la diminution n'est pas aussi sensible. En juillet 1913 nous avons expédié 2,354,651 bouteilles dont 1,868,402 bouteilles de champagne et 486,249 bouteilles de vins mousseux; en juillet 1912 nous avons expédié 2,424,014 bouteilles dont 1,982,969 bouteilles de Champagne et 441,045 bouteilles de vins mousseux, soit une diminution de 69,363 bouteilles pour juillet 1913.

Nos expéditions en Angleterre ont également baissé en juin d'une façon assez sensible. En juin 1912 nous avons expédié 92,408 gallons d'une valeur de 150,162 liv. sterl., tandis qu'en juin 1913 nous n'avons expédié que 73,739 gallons d'une valeur de 120,606 liv. sterl. La totalité des expéditions des six premiers mois de cette année accuse une légère diminution sur le chiffre de l'an dernier pour la même période. Pour 1913 nous trouvons 537,529 gallons d'une valeur de 882,837 liv. sterl. contre 552,443 gallons d'une valeur de 898,977 liv. sterl. pour les six premiers mois de 1912.

Les affaires de spéculation sont très calmes en ce moment, cependant l'on cite l'achat d'une excellente cuvée de 135,000 bouteilles fait dernièrement par une importance mai-

son chez un négociant d'Épernay.

La spéculation ne reprendra guère qu'au moment des vendanges, c'est-à-dire vers fin septembre ou commencement octobre et il est très probable qu'il se fera à cette époque de grosses transactions.

Il n'y a guère de changement en Bourgogne depuis le mois dernier.

Les attaques de mildiou n'ont pas été aussi intensives qu'on le craignait. Il y a eu néanmoins quelques dégâts, mais partiels surtout dans les vignobles mal exposés. On constate que les régions à vins fins ont été presque indemnes. En résumé la situation n'est pas plus mauvaise que précédemment et si la température se maintenait favorable on pourrait encore avoir une qualité supérieure à celle qu'on prévoyait. Quant à la quantité, les influences atmosphériques l'ont beaucoup diminuée.

Les affaires sont très faibles; les prix restent fermes.

Dans le Beaujolais on s'attend aussi à une diminution de rendement, mais moins importante que celle que l'on indique généralement. De nombreux orages ont causé des dégâts, mais ils sont localisés et les attaques du mildiou n'ont pas eu toute l'importance que l'on suppose. Néanmoins, on ne peut pas reconnaître que le rendement ne sera plus que moyen et les prix se raffermissent en conséquence, mais les acheteurs sont peu nombreux.

Depuis le mois dernier, le vignoble d'Anjou a profité du beau temps et s'est quelque peu amélioré. Grâce à des soins énergiques, les attaques de l'oïdium et du mildiou ont pu être enravées sans avoir à enregistrer de gros dégâts. Néanmoins, la diminution dans le rendement est assez manifeste, mais la qualité semble acquise, si l'on en juge par la présentation des raisins qui sont de belle venue.

On ne signale pas de reprise importante en affaires.

Dans la Touraine la situation n'est pas très belle.

Le vignoble qui avait déjà eu à souffrir des intempéries est maintenant gravement affecté par l'invasion de mildiou. Les dommages causés paraissent assez importants et l'on peut enregistrer de ce nouveau fléau qui s'abat sur le vignoble une diminution sensible de la récolte.

Les vignobles de l'Orléanais et du Cher semblent en meilleure posture. Dans cette dernière région, il y a eu aussi une deuxième génération de cochylis, mais heureusement sans résultats appréciables. Néanmoins, l'avenir de la récolte se trouve compromis et le beau temps est nécessaire pour mener à bien ce qui reste sur souches.

Dans le Midi, la situation ne s'est guère modifiée.

L'Aude réclame de l'eau, mais redoute les orages qui pourraient compromettre le rendement de la récolte déjà diminuée par les intempéries. Les maladies de la vigne ont fait peu de ravages. Les affaires sont moyennes à des prix toujours fermes. On signale un certain nombre d'affaires sur souches.

Dans l'Hérault, la situation est à peu près la même que ci-dessus. On réclame aussi de la pluie pour faciliter la véraison. On fait également sur ce marché des affaires sur souches; les autres transactions sont faibles.

On signale quelques orages dans le Gard, mais les dégâts ne semblent que partiels. La sécheresse nuit un peu à la vigne. Les affaires sont relativement calmes, surtout pour les transactions sur souches.

On demande aussi de la pluie dans le Roussillon, bien que le vignoble ne souffre pas encore trop. Actuellement la situation est satisfaisante; on prévoit que le rendement ne sera pas trop réduit si la température se montre favorable d'ici les vendanges.

Il se traite peu d'affaires, tant pour les vins en caves que pour les transactions sur souches. Les prix gardent leur fermeté.

Le vignoble d'Algérie se présente dans des conditions favorables. La sécheresse se fait parfois sentir, mais dans quelques régions seulement. Abstraction faite de la diminution de rendement enregistrée après les gelées de printemps, le vignoble algérien donne une bonne impression en faveur de la prochaine récolte qui va commencer sous peu. Les affaires pour les vins en caves sont moyennes; pour les affaires sur souches, c'est le calme maintenant que la cueillette des raisins est proche.

Eaux-de-vie.

Le vignoble des Charentes se présente dans de bonnes conditions, malgré l'inclémence de la température et les attaques des insectes et des maladies cryptogamiques. Au début du mois d'août on pouvait espérer une récolte égale sinon supérieure à celle de l'année dernière. Malheureusement, on a à enregistrer le passage de plusieurs orages violents qui, dans le département de la Charente, ont causé quelques ravages qui diminueront d'autant le chiffre de la récolte. Cependant, les raisins qui restent paraissent vigoureux et les vigneron estiment que le degré sera en moyenne plus élevé qu'en 1912. De ce côté, la distillation sera donc un peu favorisée.

Les affaires en eaux-de-vie gardent, à l'exportation, leur petit mouvement de hausse sur les envoies de 1912 et se rapprochent de plus en plus des chiffres de 1911. L'augmentation relative à l'exportation en Angleterre concerne aussi bien les eaux-de-vie en fûts qu'en bouteilles. Par contre, pour les autres pays si la plus-value se maintient pour le produit en fûts, on remarque un fléchissement en ce qui concerne le produit en bouteilles.

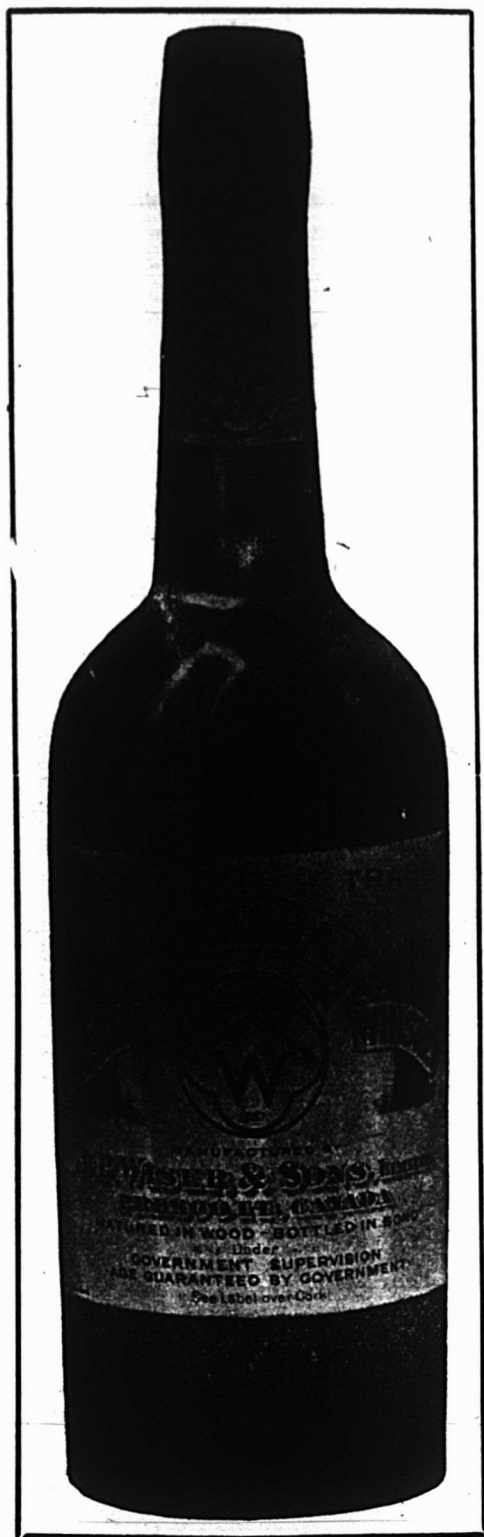
L'ORIGINE DE LA BUVETTE.

Nous extrayons le passage suivant d'une revue intéressante publiée par le "Ridley's Wine and Spirit Journal," sur le brassage de la bière en Angleterre:

De l'époque la plus reculée jusqu'à la fin du dix-huitième siècle, tous les Anglais faisaient leur bière chez eux. En 1821, un fermier de Sussex, comparissant devant un comité de la Chambre des Communes, disait que "quarante ans auparavant, il n'y avait pas un seul ouvrier dans sa paroisse qui ne fabriquaît pas sa propre bière, et que maintenant il n'y en a pas un qui le fasse, sauf quand par hasard du malt lui est donné." Thomas Fuller, dans son ouvrage intitulé "The Worthies of England," dit: "La fabrication de l'eau d'orge est une invention toute naturelle, qui n'exige que la réunion des ingrédients, mais la fabrication du malt comme breuvage est une invention de génie."

Le sage Fuller n'était pas le seul, à son époque, à louer le malteur plus que le brasseur. Toutefois, la distinction entre les deux était faible, car presque tous les gentilshommes campagnards ou les fermiers étaient eux-mêmes leurs propres malteurs et brasseurs. Le travail pratique était confié aux femmes. La brasserie était toujours considérée comme le domaine spécial de la ménagère, et elle y régnait en souveraine. L'art de fabriquer l'ale et la bière était tenu en si haute estime, que le roi Alreck choisit, dit-on, Geirhild pour reine, à cause de l'excellence de la bière qu'elle faisait de ses propres mains; une villageoise qui pouvait préparer le malt et faire de la bière était courtisée avec autant d'assiduité qu'une riche héritière est aujourd'hui l'objet des hommages de la jeunesse dorée dans les bals.

Les femmes ayant acquis le monopole virtuel de la fabrication de la bière dans tous les ménages, du manoir au



Cette Marque Célèbre Mise en
Pintes, Chopines, $\frac{1}{2}$ Chopines et Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUEE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott Ontario

"NEW-YORK"

"CANADA"

LAWRENCE A. WILSON COMPAGNIE

— Limitée —

La plus importante Maison de Vins et Liqueurs en
gros du Canada.

MAGASINS D'ENTREPÔT:

48 rue St-Jacques.

ENTREPÔTS DE DOUANE:

415 rue Saint-Paul.

VOUTES D'ENTREPÔT:

84 ruelle Fortification.

BUREAUX CHEFS: 87 RUE ST-JACQUES

Téléph. Bell, Main 2424, 1394, 7400, 2757;

MONTREAL

S. H. EWING & SONS, IMPORTATEURS et
MANUFACTURIERS de
BOUCHONS

Coupés à la main et à la machine.

Marchands de Capsules pour bouteilles, de
Broches d'embouteilleurs, d'Etain en feuilles,
de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

Succursale de Toronto: 29 rue Front, Ouest. Bureau Principal: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 61
MARCHANDS 522

Vous vivez dans une époque où tout
est moderne, c'est-à-dire nouveau. Met-
tez votre publicité au niveau de votre
époque.

cottage, il n'est pas surprenant d'apprendre que des femmes contrôlèrent longtemps cette industrie. De même que nos belles forêts sont sorties de graines insignifiantes, de même on retrouve l'origine de nos hôtels somptueux dans les petites cabanes occupées uniquement par une femme qui fabriquait de l'ale, cabanes dont le seul ornement était la branche d'arbre attachée à l'extrémité d'une longue perche émergeant d'un trou sous le chaume. On trouve des gravures représentant ces fabricantes de bière du moyen-âge dans des ouvrages rares et anciens; leurs portraits sont aussi peu attrayants que ceux des jeunes mariées que l'on voit dans les journaux illustrés à un demi-penny.

A mesure que des hameaux et des villages se formaient, la cabane se transformait en auberge de village, où la bière faite sur une plus grande échelle que dans les cottages adjacents, était probablement d'une meilleure qualité. Les villageois se réunissaient à l'auberge après leur journée de travail, pour étancher leur soif avec quelque chose de meilleur que la bière de fabrication ménagère, mais principalement pour y rencontrer leurs camarades et discuter les nouvelles. Les cavaliers, comme on appelait alors les voyageurs de commerce, s'arrêtaient souvent à l'auberge pour prendre un verre avec les lourdauds de la campagne et leur raconter des histoires sur les villes inconnues d'eux, ou sur des accidents émouvants, histoires pleines de saveur.

Toujours galants envers l'hôtesse, galanterie qui ne se bornait pas toujours aux paroles, on leur servait toujours ce qu'il y avait de meilleur, et ils louangeaient sans restriction la cuisine et la cave. Même quand la réception n'était pas très satisfaisante, ces voyageurs faisaient rarement des critiques malveillantes, car la vie rude qu'ils menaient au dehors excitait leur appétit et rendait acceptables presque tous les menus. On rapporte cependant un cas où une aubergiste avare reçut la réprimande qu'elle méritait. Un cavalier assoiffé s'arrêta dans une auberge au bord d'une route près de Norwich et demanda du vin. L'hôtelière lui recommanda d'essayer à la place sa bière faite par elle-même. Après avoir bu un peu de cette ale faible, le cavalier fit remarquer que c'était un breuvage très satisfaisant. "Oui, dit l'aubergiste, c'est de la bière faite par moi-même — il n'y entre que du malt et du houblon." "Vraiment, dit le cavalier, pas d'eau?" "Oh! oui, dit-elle, j'oubliais l'eau." "Non, répondit vivement le cavalier, je veux être damné si vous l'avez oubliée."

Alors que les moyens de transport étaient coûteux et incertains, la fabrication de la bière chez soi était en vogue partout; car si un ménage ne produisait pas ce qui lui était nécessaire, il courait le risque d'être privé de bière, article presque aussi important que le pain quotidien.

Dans toutes les vieilles chansons en l'honneur de l'ale, souvent curieuses et généralement bizarres, la caractéristique dominante attribuée à ce breuvage est sa force; mais il y est toujours déclaré que cette force se communique aux muscles du consommateur. C'est à ce puissant breuvage national, aidé peut-être d'une forte consommation de rosbif, que les archers anglais durent les nombreuses victoires qu'ils remportèrent dans les guerres avec les Français.

L'opposition longtemps manifestée contre l'emploi du houblon dans la fabrication de la bière était due à la conviction que le houblon affaiblirait le breuvage tenu en honneur depuis longtemps. Henri VIII partageait cette idée, car il ordonna au brasseur royal de Eltham de ne mettre ni houblon, ni soufre dans l'ale.

Le goût populaire ne se change pas en un jour, comme les opinions des hommes politiques ou les modes féminines. A cette époque où les trains express, le transport des lettres par la poste pour un penny, les journaux à un demi-penny, le télégraphe, le téléphone, le gramophone, les teetotalers, et tous les autres avantages dont nous jouissons aujourd'hui, étaient inconnus, il était difficile, on le comprendra facile-

ment, de combattre des idées bien arrêtées. La nouvelle ale au houblon ne pouvait pas être comparée, aux yeux de nos ancêtres, à l'ale anglaise douce et épaisse, mais non sophistiquée. Comme un écrivain aux sentiments très patriotiques l'a dit: "L'ale faite de malt et d'eau était la boisson naturelle de l'Anglais; la bière, composée de malt, de houblon et d'eau, pourrait être assez bonne pour des Hollandais." On se rappellera qu'à cette époque, la Hollande était la bête noire de l'Angleterre, distinction qui fut, dans la suite, accordée à d'autres nations.

La vieille ale combattit pour maintenir sa position avec une obstination digne de sa renommée; mais de colossales structures, une machinerie coûteuse et tous les appareils créés par la science moderne vinrent à bout à la longue des vieux préjugés. C'est dans les vénérables centres de l'instruction que ces préjugés étaient le plus tenaces.

La fabrication domestique de la bière finit par disparaître. Comme le système des chemins de fer s'étendait, pénétrant dans toutes les parties du pays et transportant le produit des brasseries modernes dans des endroits où, il y a un demi-siècle, personne ne songeait à acheter de l'ale pour la consommation domestique, la vogue de la bière ménagère déclina rapidement; et maintenant il serait aussi difficile de trouver une maison particulière faisant sa propre bière que de recouvrer la Pléiade perdue ou un spécimen vivant du dodo.

LA PROHIBITION EST-ELLE PRATIQUE ?

Ce qui porte tant de personnes à commettre l'erreur de se prononcer en faveur de la prohibition, c'est qu'elles confondent la prohibition avec la tempérance. Tout homme bien pensant est partisan de la tempérance; la tempérance est commandée par le Tout-Puissant, mais la prohibition l'est par l'homme qui désire s'arroger le droit de dicter sa volonté aux autres. La tempérance est le fruit de la sagesse; la prohibition est le résultat de l'alliance du fanatisme et de l'hypocrisie. Les règlements efficaces sont préférables à la prohibition qui ne prohibe rien. Il vaut mieux avoir un nombre limité de bars régis par des lois convenables qu'un nombre illimité d'établissements sans règlements. "Pourquoi ne pas abolir les deux catégories?" demande le prohibitionniste. Parce que les rayons du soleil ont autrefois servi à faire fermenter le raisin et à produire un breuvage dont les rudes bergers s'abreuyaient sur les collines de Galilée. Les ouvriers trouvaient un soulagement dans la boisson stimulante qui leur était servie à l'ombre du temple de Salomon en voie de construction.

A toutes les époques, dans toutes les conditions et sous tous les climats, l'homme a toujours consommé une liqueur quelconque. Les gens spirituels ont trouvé à exercer leur verve en buvant du vin pétillant; les philosophes ont trouvé la sagesse dans la bière; un verre plein jusqu'au bord a donné du courage aux guerriers, et la coupe de champagne a donné la paix aux nations. L'homme a toujours cherché une boisson stimulante et l'a toujours trouvée. Une demande universelle trouvera toujours une offre universelle.

Il n'est pas nécessaire de citer des chiffres pour prouver que la prohibition ne prohibe rien; peu de personnes les lisent et un nombre encore moindre y ajoute foi; cependant la taxe payée aux Etats-Unis sur la vente des liqueurs — fermentées, distillées, brassées — prouve que la consommation des liqueurs par tête de population a plus que doublé depuis 1897. Puisque la prohibition est inefficace, on peut la placer dans la catégorie des lois insensées; le fait qu'elle cherche à rendre l'homme vertueux en éloignant de lui toute tentation, la place dans la catégorie des lois dangereuses. Si on peut rendre la prohibition efficace, pourquoi ne pas réformer

— — — **VENDEZ LE** — — —

GIN de BURNETT

“LE LONDON DRY ORIGINAL,”
ABSOLUMENT LE PLUS FIN !

J. M. DOUGLAS & Co., Seuls Agents au Canada, MONTREAL.

JOSEPH E. SEAGRAM, •• DISTILLATEUR DE ••
Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA

“Old Times,” “White Wheat,” “No 83 Rye,” “Star Rye”.

MEAGHER BROS. & CO., Limited, Agents, Montréal.

le monde au moyen de lois prohibitives? Rejetez les lois contre la cruauté envers les chevaux et adoptez une loi contre l'élevage des chevaux. Rejetez les lois contre la diffamation, et adoptez une loi défendant de parler. Rejetez les lois punissant le vol et adoptant une loi défendant de placer un objet là où il peut tenter un homme et le pousser à voler. Rejetez les lois contre le meurtre, et défendez la vente des armes avec lesquelles on commet des meurtres. Supprimez tout ce qui peut conduire aux abus, supprimez toute tentation — faites qu'il soit impossible de mal faire — et ainsi rendez l'homme bon.

Naturellement, ce serait réduire l'homme à l'état d'idiot, et les églises ne seraient plus nécessaires. Cela supprimerait la nécessité des soins maternels et de l'instruction donnée par le père, mais ce serait la conséquence logique des lois de prohibition.

L'ALCOOL EST-IL TOUJOURS NUISIBLE ?

A la suite des assauts répétés des sociétés pour la propagande de la tempérance, les producteurs européens ont éprouvé le besoin d'opposer une défense documentée aux avancés fallacieux de certains adeptes de la tempérance et même de l'abstinence.

Ces grands paradeurs, qui n'ont pour tout bagage de connaissances que leurs expériences personnelles, nous disent avec un aplomb déconcertant que, à boire trop d'alcool, on se tue. Lalapisse n'aurait pas trouvé mieux.

Ce qu'ils ne disent pas, néanmoins, c'est qu'on se tue, et beaucoup plus facilement, à absorber trop d'aliments solides. Aussi, parlant un jour, dans l'intimité, de la logique des prohibitionnistes, un médecin distingué de Montréal disait :

“Croyez-m'en sur parole, il y a à Côte-des-Neiges beaucoup plus de gourmands que d'ivrognes.”

Ce témoignage d'un homme d'une grande expérience est corroboré par celui de savants qui ont consacré leur vie à l'étude des grands problèmes scientifiques, et qui en sont venus à la conclusion que “l'alcool est vraiment un aliment”. C'est là la déclaration faite par Sir T. Lauder Brunton, F.R.S.

Le docteur Dixon, une autorité anglaise, dit :

“L'alcool a cette propriété remarquable et unique d'être aisément absorbé et d'aider à l'absorption d'autres substances. Il remplace l'amidon et le sucre dans le système humain; en petites quantités, il a une action stimulante sur le cœur, quoique l'effet devienne contraire, lorsqu'il est administré à plus fortes doses. Le sucre agit, du reste, de la même façon.” Et le Dr Dixon ajoutait qu'à son avis le sucre se transformait en alcool dans le corps humain.”

Cette opinion est pleinement confirmée par la chimie: le sucre, c'est de l'alcool et le sucre ne vaut que pour l'alcool qu'il renferme. Cette constatation nous confirme dans notre opinion, puisque le sucre est universellement reconnu comme un fortifiant. Aussi a-t-on commencé à en faire absorber tant aux hommes qu'aux animaux.

Le sucre-aliment, c'est admis par tous.

Donc, l'alcool-aliment doit aussi être admis par tous, puisque le sucre, c'est de l'alcool.

N'en déplaise aux teetotalers nous tenons la vérité, nous qui prônons l'usage modéré de l'alcool qui a permis à tant d'hommes de vivre gaillardement, au temps où l'ascétisme n'avait guère d'adeptes.

Mais il n'est pas assez de prouver que nos adversaires ont tort, nous pouvons prouver que nous, nous avons raison. Et quel témoignage plus digne de foi pourrions-nous invoquer que celui du “Lancet” qui est, chacun le sait, l'organe officiel du corps médical anglais. “En présence des fréquents

rapports faits sur l'état de l'opinion médicale actuelle concernant l'alcool et les boissons spiritueuses, nous soussignés, pensons désirable de publier la brève déclaration suivante, déclaration que nous considérons comme représentant les opinions des principaux professeurs de clinique et de la plupart des médecins pratiquants.

"Tout en reconnaissant qu'en prescrivant l'alcool, il est utile de considérer avant tout les besoins de l'individu, nous sommes convaincus de la justesse de l'opinion si longtemps et si généralement soutenue: à savoir qu'en cas de maladie, l'alcool est un reconstituant rapide et digne de confiance; dans de nombreux cas, il peut vraiment être considéré comme un remède ramenant la vie à raison de son pouvoir pour soutenir l'énergie cardiaque et celle du système nerveux, tout en protégeant les tissus musculaires qui s'affaiblissent.

"Comme breuvage de régime, nous soutenons la croyance universelle du monde civilisé qui consiste à considérer que l'usage modéré des spiritueux est pour les adultes généralement bienfaisant et amplement justifié."

Suivaient les signatures des praticiens les plus en vue du Royaume-Uni.

Ajouterons-nous à ce témoignage si éclatant celui-ci, formel dans son laconisme, de Sir T. Lauder Brunton, F.R.S., plus haut cité, qui n'a pas craint de proclamer cette vérité scientifique: "L'alcool est vraiment un aliment."

Il n'est pas inutile à la défense du commerce des vins et liqueurs de rappeler ces choses qui s'appliquent à tous les spiritueux et qui ont forcément une répercussion certaine sur la consommation courante de l'eau-de-vie, englobée dans le même ostracisme par les outranciers de la tempérance qui nient les propriétés reconstituantes qu'une pratique séculaire leur a reconnue.

L'IMPORTANCE DE SAVOIR ACHETER.

Plus d'un commerçant a vu son commerce aller à la

ruine parce qu'il faisait ses achats sans considération. Sans un système qui indique le chiffre des marchandises en mains, un marchand est presque toujours exposé à se trouver un jour surchargé d'un article au détriment d'un autre.

Un autre grand défaut, c'est de ne savoir pas limiter ses achats. Les voyageurs de commerce et les marchands de gros insistent souvent auprès de leurs clients pour leur faire acheter plus qu'ils n'en ont réellement besoin, et les acheteurs cèdent souvent pour faire plaisir aux vendeurs. Ces faveurs sont trop peu souvent appréciées, et ceux dont c'est le métier d'insister, préféreraient voir le marchand acheter en moins grandes quantités, mais qu'il payât ses comptes à échéance.

De fait, ils préfèrent garder leurs marchandises en magasin plutôt que de faire des frais d'expédition pour, après, attendre indéfiniment la rentrée de leur argent. Acheter en grandes quantités est bon pour quelques débiteurs. Mais dans les grandes villes, où la livraison par messagerie est si facile et rapide, nous opinons pour les petites quantités répétées au besoin. Les maisons de gros tiennent de grands assortiments, c'est leur rôle; laissez-les porter le stock pour vous. Vous pouvez vous procurer chez eux tout ce dont vous avez besoin et quand vous en avez besoin, et, si vous savez limiter vos achats, vous pouvez prendre votre escompte.

Tenez-vous un livre-index de ce dont vous aurez besoin prochainement? Certains débiteurs le font. D'autres tiennent, dans un bureau, une fiche sur laquelle ils gardent les comptes à payer, et ceux déjà payés. C'est là un excellent système qui les dispense de tenir des livres, mais il comporte un grand défaut. Si l'un de ces comptes non payés glisse de la fiche, le débitant impliqué soutiendra au fournisseur qu'il l'a payé, du fait qu'il ne peut pas le trouver. Ce n'est pas une méthode commerciale; c'est de l'à-peu-près.

Le manque d'un livre où inscrire ce dont on a besoin, est presque aussi mal que le système de fiche. Ayez-en un et tenez-le convenablement.

SAVEZ-VOUS OU ACHETER CE DONT VOUS AVEZ BESOIN?

Il ne se passe guère de semaine sans que plusieurs abonnés ne nous demandent où ils peuvent se procurer quelque article dont ils ont besoin et qu'ils ne savent où acheter.

Comme nous l'avons maintes fois répété, *Le Prix Courant* est entièrement à la disposition de ses abonnés pour tous les services qu'il peut leur rendre.

Rien ne nous est plus agréable que de leur faciliter les affaires, aussi nous empressons-nous de répondre gratuitement à toute demande de ce genre.

Nos abonnés qui auraient besoin d'un renseignement à ce sujet n'ont qu'à **Détacher le Coupon ci-dessous, le remplir et nous l'envoyer.**

LE PRIX COURANT, 80, Rue St-Denis

MONTREAL

LE PRIX COURANT

**80, RUE ST-DENIS,
MONTREAL**

Service des Abonnés

DATE _____ 1913

VEUILLEZ ME DIRE OU JE PUIS ACHETER _____

NOM _____ ADRESSE _____

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

| ABSINTHE | | La cse | | CHAMPAGNES | |
|--|-------------|---------------|--|--|-------------|
| Pernod Fils (12) | 14.50 | | | Deutz & Gelderman (14) Bout. ½ Bout. | |
| Gunpp. Pernod (14) | 13.50 | | | Extra sec, Vintage 1904. | 33.00 35.00 |
| AMERS | | | | Brut, Vintage 1904. | 33.00 35.00 |
| Amer Picon (12) | 11.00 | | | Gratien & Meyer (14) | Bt. ½ Bt. |
| Levert & Shudel Orange (14) | 9.00 | | | Caisses ou paniers | 12.00 14.00 |
| BIERES | | | | Ve Pommery, Fils & Cie (12) | |
| Robert Porter & Co., London, Eng. (14) | | | | Sec, ou Extra Sec. | 31.00 33.00 |
| Bulldog brand Bass's Ale, p. cs., 12 qts. | 2.55 | | | Brut (vin naturel) | 33.00 35.00 |
| Bulldog brand, Bass's ale, p. 12 pts. | 1.65 | | | G. Rosset & Cie (14) | |
| BIGARREAUX | | | | Extra sec, Vintage 1904. | 18.00 20.00 |
| Teyssonneau (12) | | | | CLARETS | |
| Bigarraux au Marasquin. | 9.00 10.50 | | | Bordeaux Claret Co. (14) | |
| BOURGOGNES BLANCS | | | | Côtes | 3.50 4.50 |
| Bouchard, Père & Fils (12) | | bout. ½ bout. | | Bon Paysan | 3.60 4.60 |
| Chablis | 8.00 9.00 | | | Bon Bourgeois | 4.00 5.00 |
| Chablis, 1889 | 11.75 | | | St-Julien | 4.50 5.50 |
| F. Chauvenet (15) | | | | Château Brûlé | 5.00 6.00 |
| Montrachet (mar. Guiche) | 20.00 10.00 | | | St-Estèphe | 7.00 8.00 |
| Chablis Supérieur | 7.25 8.25 | | | Pontet Canet | 9.00 10.00 |
| Dufouleur Père & Fils, Nuit, St-Georges, France (14) | | | | Nathaniel Johnston & Fils (12) | |
| "Chablis," p. cs., 12 qts | 9.00 | | | Ordinaire | 4.25 5.25 |
| "Meursault," p. cs., 12 qts. | 14.50 | | | Château Chamfleuri | 4.25 5.25 |
| "Clos Vougeot," p. cs., 12 qts. | 21.00 | | | St-Loubès | 5.25 6.25 |
| BOURGOGNE IOUSSEUX | | | | "Club" | 5.50 6.50 |
| Bouchard, Père & Fils (12) | | | | Médoc | 5.75 6.75 |
| Bourgogne Mousseaux | 15.00 16.50 | | | Margaux | 6.00 7.00 |
| Beaune | 17.00 18.50 | | | St-Julien | 6.00 7.00 |
| Nuits | 19.00 20.50 | | | St-Estèphe | 7.00 8.00 |
| Chambertin | 22.50 24.00 | | | Château Dauzac | 9.50 10.50 |
| BOURGOGNES ROUGES | | | | Pontet Canet | 11.00 12.00 |
| Bouchard, Père & Fils (12) | | | | Margaux Supérieur | 11.00 12.00 |
| Mâcon | 6.50 7.50 | | | Château Beaucaillou | 15.00 16.00 |
| Beaujolais | 8.00 9.00 | | | Château Léoville | 19.00 20.00 |
| Beaune | 9.00 10.00 | | | Château Larose | 19.00 20.00 |
| "Club" | 7.00 8.00 | | | Château Margaux | 21.00 22.00 |
| Pommard | 10.00 11.00 | | | Château Lafitte | 22.00 23.00 |
| Nuits | 12.00 13.00 | | | | |
| Chambertin | 16.50 17.50 | | | COCKTAILS | |
| Clos de Vougeot | 22.00 23.00 | | | Cook & Bernheimer Co. (14) | La cse |
| F. Chauvenet (15) | | | | Manhattan, Martini, Tom Gin, | |
| Clos-de-Vougeot | 25.50 26.50 | | | Vermouth, Gin, Whiskey, Ame- | |
| Chambertin | 18.50 19.50 | | | rican | 9.50 |
| Romanée | 18.50 19.50 | | | COGNACS | |
| Corton (Clos-du-Roi) | 15.50 16.50 | | | Boutelleau Fils & Cie, Cognac, | |
| Nuits | 13.00 14.00 | | | France (14) | |
| Volnay | 12.50 13.50 | | | "Colombe au Rameau d'Or," p. | |
| Pommard | 11.50 12.50 | | | cs., 12 qts. | 9.50 |
| Beaune | 10.00 11.50 | | | "Colombe au Rameau d'Or," p. | |
| Moulin-à-Vent. Mâcon vieux | | | | cs., 24 demi bouteilles | 10.00 |
| Supérieur | 9.00 10.00 | | | "Colombe au Rameau d'Or," p. | |
| Beaujolais | 7.00 8.00 | | | cs., 32 fls | 10.50 |
| Mâcon (Choix) | 6.50 7.50 | | | "Doctor's Special," p. cs., 12 | |
| Dufouleur Père & Fils, Nuit, St-Georges, France (14) | | | | bouteilles | 12.00 |
| "Macon," p. cs., 12 qts. | 7.50 | | | "V.O. 1875," p. cs., 12 bouteilles. | 13.50 |
| "Beaujolais," p. cs., 12 qts. | 8.00 | | | "V.S.O.P.," 1858, p. cs., 12 bou- | |
| "Moulin à Vent," p. cs., 12 qts. | 8.50 | | | teilles | 18.00 |
| "Beaune," p. cs., 12 qts. | 9.50 | | | "V.V.S.O.P.," 1820, p. cs., 12 | |
| "Nuits," p. cs., 12 qts. | 11.00 | | | bouteilles | 30.00 |
| "Volnay," p. cs., 12 qts. | 11.50 | | | Jos. Bremon & Cie, Cognac, France (14) | |
| "Pommard," p. cs., 12 qts. | 12.00 | | | Par caisse de 12 pintes | 6.50 |
| "Corton," p. cs., 12 qts. | 14.50 | | | Par caisse de 24 flasks | 7.50 |
| "Chambertin," p. cs., 12 qts. | 16.50 | | | Par caisse de 48 demi flasks | 8.50 |
| "Clos Vougeot," p. cs., 12 qts. | 21.00 | | | M. Carlat & Cie, Cognac, France (14) | |
| F. Chauvenet-Sparkling | | | | "Trois Etoiles," p. cs., 12 bout. | 8.00 |
| Red Cap | 22.00 24.00 | | | "Trois Etoiles," p. cs., 24 demi | |
| Pink Cap | 22.00 24.00 | | | bouteilles | 9.00 |
| White Cap | 22.00 24.00 | | | Cognac City Distillers' Association, | |
| | | | | Cognac, France (14) | |
| | | | | "Trois Etoiles," vieux brandy, | |
| | | | | p. cs., 12 bouteilles | 9.50 |
| | | | | "Trois Etoiles," vieux brandy, | |
| | | | | p. cs., 24 demi bouteilles | 10.00 |
| | | | | "Trois Etoiles," vieux brandy, | |
| | | | | p. cs., 32 flasks | 10.50 |
| | | | | "Cachet d'Or," p. cs., 12 longues | |
| | | | | bouteilles | 11.00 |
| | | | | "Doctor's Friend," p. cs., 12 bou- | |
| | | | | teilles | 10.50 |
| | | | | "V.O.," vieux brandy fin, p. cs., | |
| | | | | 12 bouteilles | 12.00 |
| | | | | "V.S.O.P.," vieux brandy, fin, p. | |
| | | | | cs., 12 bouteilles | 15.00 |
| | | | | "X.X.O.," vendange 1875, (long | |
| | | | | cou), p. cs., 12 bouteilles | 24.00 |
| | | | | "Special Reserve," vieux de 50 | |
| | | | | ans, p. cs., 2 bouteilles | 36.00 |
| | | | | Jimenez & Lamothe (14) | |
| | | | | *** | Bout. 11.00 |
| | | | | 1865 Liqueur | Bout. 18.00 |
| | | | | En fûts | 4.50 à 4.75 |
| | | | | GINs | |
| | | | | Greenlees & Co., London, Eng. (14) | |
| | | | | "London Dry," p. cs., 12 bout. | 7.50 |
| | | | | "Old Tom," p. cs., 12 bouteilles. | 7.50 |
| | | | | "Old Tom" and "London Dry," | |
| | | | | le gallon, en baril, depuis | 2.50 |
| | | | | Burnett (15) | |
| | | | | London Dry | 7.50 |
| | | | | Old Tom | 7.50 |
| | | | | Blankenhewm & Nolet's Distillerderij, | |
| | | | | Rotterdam, Hollande (14) | |
| | | | | "Key Brand," caisses rouges, 15 | |
| | | | | grandes bouteilles | 11.50 |
| | | | | "Key Brand," caisses vertes, 12 | |
| | | | | bouteilles moyennes | 5.50 |
| | | | | "Key Brand," caisses violettes, | |
| | | | | 24 petites bouteilles | 6.00 |
| | | | | "Old Geneva Afrikander," 24 | |
| | | | | ½ jars en pierre | 13.00 |
| | | | | "Old Geneva Afrikander," 12 | |
| | | | | jars en pierre | 12.00 |
| | | | | LIQUEURS FRANÇAISES | |
| | | | | Bénédictine (12) | Ltr. ½ Ltr. |
| | | | | 12 litres | 20.00 21.00 |
| | | | | Marie Brizard & Roger (12) | |
| | | | | Anisette | 13.50 |
| | | | | Curaçao, Orange ou Blanc | 12.50 |
| | | | | Marasquin | 13.00 |
| | | | | Kummel, Superfin | 12.00 |
| | | | | Kummel Cristallisé | 12.50 |
| | | | | Green Peppermint | 13.00 |
| | | | | Crème de Menthe, Blanche | 13.00 |
| | | | | Cherry Cordial | 12.50 |
| | | | | Cherry Brandy | 12.50 |
| | | | | Blackberry Brandy | 12.50 |
| | | | | Kirsch | 15.50 |
| | | | | Bitter Triple | 12.00 |
| | | | | Liqueurs assorties | 13.00 |
| | | | | Crème de Menthe Verte | 13.00 |
| | | | | Crème de Moka | 13.00 |
| | | | | Crème de Cassis | 13.00 |
| | | | | Crème de Noyau | 13.00 |
| | | | | Eau-de-vie de Dantzick | 13.00 |
| | | | | Orange Bitters | 9.50 |
| | | | | Punch au Kirsh | 11.00 |
| | | | | Peach Brandy | 15.00 |
| | | | | Cse de 12 bout., bout. de 26 oz. | 11.50 |
| | | | | Cse de 12 bout., bout. de 35 oz. | 14.00 |
| | | | | Levert & Schudel, "Real Dutch" (14) | |
| | | | | Anisette, p. cs., 12 bouteilles | 13.50 |
| | | | | Apricot Brandy, p. cs., 12 bout. | 15.00 |
| | | | | Peach Brandy, p. cs., 12 bout. | 15.00 |
| | | | | Crème de Menthe, blanche ou | |
| | | | | verte, 12 grandes carafes ron- | |
| | | | | des | 16.50 |
| | | | | Crème de Menthe, blanche ou | |
| | | | | verte, 12 grandes carafes car- | |
| | | | | rées | 16.50 |
| | | | | Crème de Menthe, blanche ou | |
| | | | | verte, 12 bouteilles pyramides | 13.50 |
| | | | | Crème de Cassis, p. cs., 12 bout. | 13.50 |
| | | | | Crème de Cacao, p. cs., 12 bout. | 13.50 |

| | |
|--|-------------|
| Curacao, blanc, orange ou topaz, par 12 cruches | 13.50 |
| Kummel, Dutch ou Russe, 12 cruches | 13.50 |
| Kirschwasser, par 12 bouteilles. | 13.50 |
| Maraschino, par 12 bouteilles .. | 13.50 |
| H. Oaewann (14) | |
| Cherry Brandy | 12.00 |
| C. Terrand (14) | |
| La petite Chartreuse | 18.00 19.00 |
| Lawrence A. Wilson Co., Montréal (14) | |
| Wilson's Blackberry Brandy, p. caisse | 10.50 |
| "Royal Crown," vieux Blackber- ry Brandy Anglais, p. cs. | 9.00 |
| "Hungarian" blackberry brandy, p. cs. | 9.00 |

MOSELLE

| | |
|--------------------------------------|-------------|
| Kock, Lauteren & Co. (12) | |
| Zeltinger | 8.00 9.00 |
| Brauzerg | 7.50 8.50 |
| Pisport | 8.50 9.50 |
| Scharzberg—1895 | 14.00 |
| Moselle Mousseux | 18.00 19.50 |
| H. Sichel Söhne (14) | |
| Moselle Mousseux | |
| Muscatel ou Extra Dry | 17.50 19.00 |

OLD TOM & DRY GINS

| | |
|---------------------------------|-------------|
| Gordon (12) | |
| London Dry | 7.50 |
| Old Tom | 7.50 |
| Sloe Gin | 9.25 |
| Greenless & Co. (14) | |
| Old Tom | 7.50 |
| Sloe | 8.50 |
| London Dry | 6.50 |
| Au gallon | 2.50 à 3.00 |

OPORTO

| | |
|---|--------------|
| J. W. Burmester, Oporto, Portugal (14) | |
| "Royal Port," p. cs., 12 bout. | 6.00 |
| "Cruzado," p. cs., 12 bouteilles. | 8.00 |
| "Newfoundland Style," p. cs., 12 bouteilles | 11.00 |
| "Rich Douro," p. cs., 12 bout. | 12.00 |
| "Toreador," p. cs., 12 bouteilles. | 13.00 |
| "Old Crusted," p. cs., 12 bout. | 14.00 |
| "Blue Label Royal," p. cs., 12 bouteilles | 18.00 |
| White port, "Trois Couronnes," p. cs., 12 bouteilles | 12.50 |
| White port, "Perles d'Or," p. cs., 12 bouteilles | 9.50 |
| Au gall. | |
| 1 Grappe | 2.00 à 2.25 |
| Diamant T. | 2.50 à 2.60 |
| 2 grappes | 2.75 à 2.85 |
| 3 grappes | 3.00 à 3.10 |
| 4 grappes | 3.60 à 3.75 |
| 4 Diamants | 3.35 à 3.50 |
| 3 couronnes | 4.60 à 4.75 |
| Gonzalez Byass (14) Au gall. | |
| T. Port Wine | 2.50 |
| Tawny | 3.00 à 3.25 |
| Ruby Dry | 4.00 à 4.25 |
| MacKenzie & Co., Ltd. (12) | |
| Au gallon | 2.25 à 10.00 |
| Sandeman & Co. (12) La cse | |
| Superior Old | 12.00 |
| "Club" | 18.00 |
| "1890" | 30.00 |
| Au gallon | 2.50 à 15.00 |

| | | |
|---------------------------|------|-------|
| PORTER ANGLAIS | | |
| Guinness' (14) | Pt. | Chop. |
| Bull Dog Brand | 2.50 | 1.00 |
| Bull Dog Brand Nips | | 1.15 |
| (14) | | |
| Emb. de E. & J. Burke .. | 2.60 | 1.65 |

| | | |
|----------------------------|-------|-------|
| RHUMS | | |
| Marie Brizard & Roger (12) | Bt. | ½ Bt. |
| Charleston | 12.50 | |
| P. S. Clément | 10.00 | |
| Jamaïque au gallon | 5.00 | |

| | | |
|-------------------------|-------|-------|
| SAUMUR MOUSSEUX | | |
| | Bt. | ½ Bt. |
| Ackerman-Laurance (15) | Bt. | ½ Bt. |
| "Dry-Royal" | 15.75 | 16.75 |
| ½ Bout. paniers 1 doz.; | | |
| paquets de 4 paniers .. | | 18.00 |

| | | |
|--|-------|-------|
| SAUTERNES | | |
| Union Générale Vinicole des Charentes et de la Gironde (14) | | |
| "Graves," p. cs., 12 bout. | 6.00 | |
| "Sauternes," p. cs., 12 bout. | 7.00 | |
| "Barsac," p. cs., 12 bout. | 8.00 | |
| "Haut Sauternes," p. cs., 12 bout. | 10.00 | |
| "Château Yquem," p. cs., 12 bout. | 25.00 | |
| Nathaniel Johnston & Fils (12) | | |
| Barsac | 6.00 | 7.00 |
| Sauternes | 6.00 | 7.00 |
| Graves | 6.00 | 7.00 |
| Haut Sauternes | 11.50 | 12.50 |
| Château Yquem | 20.00 | 21.00 |

| | | |
|--|-------|--|
| SHERRIES | | |
| Gonzalez, Byass & Cie, Jerez de la Fron- tera, Espagne (14) | | |
| "Royal," p. cs., 12 bouteilles .. | 6.00 | |
| "Favorita," p. cs., 12 bouteilles. | 8.00 | |
| "Club," p. cs., 12 bouteilles | 10.00 | |
| "Cristina," p. cs., 12 bouteilles .. | 11.00 | |
| "Fino," p. cs., 12 bouteilles | 11.50 | |
| "Amontillado," p. cs., 12 bout. | 12.00 | |
| "Idolo," p. cs., 12 bouteilles | 12.50 | |
| "Oloroso," p. cs., 12 bouteilles. | 13.00 | |
| "Victorioso," p. cs., 12 bouteilles .. | 14.00 | |
| "Jubilee," p. cs., 12 bouteilles .. | 15.00 | |
| "Old East India," p. cs., 12 bout. | 18.00 | |
| "Monarca," p. cs., 12 bouteilles. | 18.00 | |
| Au gall | | |
| Pendon | 2.00 | |
| Claro | 2.50 | |
| Giralda | 3.00 | |
| Old Brown | 3.25 | |
| Fino | 3.75 | |
| Amontillado | 4.00 | |
| Vino de Pasto | 4.00 | |
| Oloroso | 4.25 | |
| Las Torres | 4.50 | |
| Victorioso | 5.50 | |
| Jubilee | 6.00 | |

| | | |
|--|-----------|--------------|
| S. Hermanos | | |
| Mackenzie & Co., Ltd. (12) | Au gallon | 1.50 à 10.00 |
| Sanderman Buck & Co. (Julian Pémarin) (12) La cse | | |
| Pale Sec | | 12.00 |
| Montilla Fino très sec | | 12.00 |
| "Club" | | 18.00 |
| Selected Old | | 36.00 |
| "Jubilee" | | 50.00 |
| Au gallon | | 1.50 à 10.00 |

| | | |
|----------------------------|--|------|
| VERMOUTH | | |
| Noilly, Prat & Co. (12) .. | | 7.50 |
| Martini & Rossi (14) .. | | 6.50 |

| | | |
|------------------------|-------|--------------------|
| VINS DE MARSALA | | |
| Florio & Sicily | Gall. | Caisse 12 bout. |
| Marsala Superior | 1.35 | |
| Marsala Virgin. | 2.25 | 5.50 |
| Marsala S. O. M. | 2.50 | 6.00 |

| | | |
|----------------------------------|--|-------------|
| TARRAGONES | | |
| Carey, Hermanos & Co. | | |
| Vin de messe | | 1.25 à 2.00 |

| | | |
|-------------------------------------|-------|-------|
| VINS DU RHIN | | |
| Kock Lauteren & Co. (12) | | |
| Laubenheim | 6.50 | 7.50 |
| Bodenheim | 8.00 | 9.00 |
| Nierstein | 8.50 | 9.50 |
| Steinwein in Boxbeutels. | 11.00 | |
| Liebfraumilch | 13.50 | 14.00 |
| Giesenheim | 16.00 | 17.00 |
| Hochem | 17.00 | 18.00 |
| Johannisberg | 21.00 | 22.00 |
| Claus Johannisberg, 1893. | 30.00 | |
| Hock Mousseux | 18.00 | 19.50 |

| | | |
|--|-------|-------|
| H. Sichel Sohne, Mayence, Allemagne (14) | | |
| "Laubenheimer" | 7.00 | 8.00 |
| "Niersteiner" | 9.00 | 10.00 |
| "Hocheimer" | 10.50 | 11.50 |
| "Rudesheimer" | 13.00 | 14.00 |
| "Liebfraumilch" | 16.00 | 17.00 |
| "Raenthaler" | 20.00 | 21.00 |
| "Schloss Johannesberg," p. cs., 12 pintes | | 30.00 |
| "Steinwein," p. cs., 12 pintes .. | | 12.00 |
| "Sarkling Hock," p. cs., 12 pintes .. | | 20.00 |
| "Zeltinger," p. cs., 12 pintes. | | 7.00 |
| "Brauneberger," p. cs., 12 pintes .. | | 10.00 |
| "Piesporter," p. cs., 12 pintes .. | | 10.50 |
| "Mosenblumchen," p. cs., 12 pts. | | 12.50 |
| "Berncastler," étiquette bleue .. | | 15.00 |
| "Piesporter Goldtropfchen," p. cs., 12 pintes | | 18.00 |
| "Erdner Treppchen," p. cs., 12 pintes | | 24.00 |
| "Berncastler Doctor," original, p. cs. | | 30.00 |

| | | |
|---------------------------------|--|------|
| VINS TONIQUES | | |
| Vin Mariani (14) | | 9.00 |
| Wilson's Invalids' Port (14) .. | | 9.00 |
| "Red Heart" (15) | | 9.00 |

| | | |
|--|--|----------------|
| WHISKEYS AMERICAINS | | |
| Cook & Bernheimer (14) La cse | | |
| Bourbon Gold Lion | | 10.00 |
| Old Valley | | Ptes. 11.50 |
| Old Valley | | ½ flasks 16.00 |

| | | |
|------------------------------------|--|--------------|
| WHISKEYS CANADIENS | | |
| Jos. E. Seagram (16) La cse | | |
| "Star" Rye | | Pintes |
| "Star" Rye | | Flasks, 32s. |
| "Star" Rye | | Flasks, 64s. |
| White Wheat | | Pintes. |
| White Wheat | | Flasks, 32s. |
| No. "83" Rye | | Pintes. |
| No. "83" Rye | | Flasks, 16s. |

| | | |
|---|--|----------------------|
| Hiram Walker & Sons (8) La cse | | |
| Canadian Club, 5 ans d'âge, Pts | | 10.00 |
| Canadian Club | | Flasks, 16s. 10.50 |
| Canadian Club .. | | ½ Flasks, 32s. 11.00 |
| Imperial | | Pintes 7.75 |
| Imperial | | Flasks, 16s. 8.25 |
| Imperial | | ½ Flasks, 32s. 8.50 |
| Baronial | | Pintes 6.25 |
| Baronial | | 32 Flasks 7.00 |

Clef à la liste précédente.

Pour trouver l'agent des marchandises cotées plus haut, voyez le numéro après le nom de la marchandise et comparez avec le numéro dans la liste suivante :

4. John Hope & Co.
8. Hiram, Walker & Sons.

12. Law, Young & Co.
14. L. A. Wilson Co., Ltd.

15. J. M. Douglas & Co.
16. Meagher, Bros. & Co., Limited.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes.—Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

IMPERIAL TOBACCO COMPANY OF CANADA, Limited.

CIGARETTES Par mille

| | |
|---|-----------|
| Richmond Straight Cut No 1, 10s | 11.00 |
| Sweet Caporal, en boîtes de 10 | 8.50 |
| Athlete, boîtes de 10 ou ppts 10s. | 8.50 |
| Gold Crest. | |
| En btes de 20 à coulisse 500 | 3.33 6.00 |
| Vanity Fair. | |
| En btes de 10 à coulisse 500 | 3.65 7.30 |
| Vice Roy (Petits Cigares) | |
| En btes de 10 à coulisse 500 | 4.25 8.50 |
| New Light (tout tabac) 10s... | 8.50 |
| Sub Rosa (tout tabac)... | 8.50 |
| Le Roy (Petits Cigares) | |
| En boîtes de 10 | 8.50 |
| Derby en ppts de 6 (600) 3.93; 10s | 6.55 |
| Columbia, en btes à coulisse de 10 | 11.00 |
| Old Gold, 6 (600) 3.78; 1/10s. | 6.30 |
| Prince, 7, (700) 4.02; 10s. | 5.75 |
| Sweet Sixteen, ppts, 7s, 4.02; 10s. | 5.75 |
| Murad, (Turques), bouts en papier | 12.00 |
| Hassan (Turques)— | |
| En boîtes de 10 | 8.50 |
| Mecca (Turques)— | |
| En boîtes de 10 | 8.50 |
| Mogul (Turques) bouts en papier ou en liège | 12.00 |
| Dardanelles (Turques) bouts en papier 12.25, en liège ou argent. | 12.50 |
| Yildiz (Turques) bouts en or, 10s | 15.00 |
| Yildiz Magnums, bouts en papier, en liège ou en or, 10s. et 100s. | 20.00 |
| Virginia Brights, bte de 600, \$3.50 | 5.83 |
| Gloria, 7s (700) 4.02; 10s. | 5.75 |
| High Admiral, 10s | 7.00 |
| Guinea Gold | 12.00 |
| Otto de Rose, 10s. | 13.00 |
| Bouquet, boîtes à coulisse, 7s. 350; 2.01 | 5.75 |
| Pin Head, btes à coulisse, 6s. 600; 3.50 | 5.84 |
| Piccadilly— | |
| En boîtes de 10 | 18.50 |
| Pall Mall (Egyptiennes)— | |
| Bouts en liège seulement. | |
| En boîtes de 10 | 18.50 |
| Pall Mall (King Size)— | |
| En boîtes de 10 | 25.00 |
| Imperial Tobacco Co.'s— | |
| Egyptiennes No 1 (Plain). | |
| En boîtes de 10 | 18.00 |
| Imperial Tobacco Co.'s— | |
| Egyptiennes No 2 (Liège ou papier) | |
| En boîtes de 10 | 11.00 |
| Imperial A. A.— | |
| En boîtes plates de 10 | 27.00 |
| Imperial A. A. I— | |
| En boîtes plates de 10 | 35.00 |
| Mon Plaisir— | |
| En boîtes de 20 | 10.50 |
| Duke of Durham— | |
| En boîtes à coulisse de 10 | 7.00 |
| Pedro— | |
| En boîtes de 10 | 7.00 |
| Old Chum Cigarettes— | |
| En boîtes de 10 | 8.00 |

| | |
|---|------------|
| Effendi (Egyptiennes)— | |
| Liège ou papier. | |
| En boîtes de 10 | 12.00 |
| Maspero Frères, cigarettes Nilo-meter— | |
| En boîtes de 10 | 20.00 |
| Egyptian Deities No. 1. | |
| En btes de 10 à coulisse, 100 | 2.70 27.00 |
| Egyptian Deities No. 3. | |
| En btes de 10 à coulisse, 100 | 2.00 20.00 |

CIGARETTES DE WILLS

| | |
|-------------------------------------|---------------|
| Three Castles. | |
| | Par M. |
| Btes fer blanc herm. de 50 | 15.00 |
| Btes fer bl. plates fantaisie de 10 | 16.00 |
| En cartons de 10 | 15.00 |
| Three Castles (Gold-tipped). | |
| En btes fer blanc plates de 50 | 19.00 |
| En btes fer blanc plates de 10 | 20.00 |
| Gold Flake. | |
| En btes fer blanc herm. de 50 | 12.50 |
| En paquets de 10 | 12.50 |
| En boîtes à coulisse de 10 | 12.50 |
| Capstan (Doux). | |
| En btes fer blanc herm. de 50 | 12.00 |
| En cartons (avec bouts) de 10 | 12.00 |
| En cartons de 10 | 12.00 |
| Capstan (Moyen). | |
| En btes fer blanc herm. de 50 | 12.00 |
| En cartons de 10 | 12.00 |
| En cartons de 10 (avec bouts) | 12.50 |
| Wild Woodbine. | |
| En paquets de 10 | 12.50 |

CIGARETTES DE LAMBERT & BUTLER.

| | |
|---|---------------|
| Garrick Mixture. | |
| | Par M. |
| En btes fer-blanc herm. de 50 | 19.00 |
| En boîtes de 10 rembourrées | 19.00 |
| Tabacs à cigarettes. | La lb. |
| B. C. No 1, ppts, 1/12, btes 5 lbs. | 1.00 |
| Puritan, ppts, 1/12s, bts 5 lbs. | 1.00 |
| Athlete, paquets ou boîtes, 1/12, boîtes 5 lbs. | 1.05 |
| Derby, en boîtes de fer blanc 1/2s. | .95 |
| Vanity Fair, ppts, 1/2s, btes 5 lbs. | 1.20 |
| Sultana, ppts, 1/12s, btes 5 lbs. | 1.00 |
| Gloria, ppts, 1/12s, btes 5 lbs. | 1.00 |
| Southern Straight Cut, paquets, 1/12s, btes 5 lbs. | 1.00 |
| Sweet Caporal, ppts 1/13s, btes 2 lbs. | 1.15 |
| Houde's Straight Cut No 1, ppts, 1/12s, boîtes 5 lbs. | 1.00 |
| Harem (Turquie), ppts, 1/16s, boîtes 5 lbs. | 1.35 |
| 1/2 lb boîtes de fer blanc. | 1.40 |
| Houde's (Turques)— | |
| 1/20 ppts, 5 lbs. boîtes | 1.70 |
| Hochfeiner (Turques)— | |
| 1/16 ppts, 5 lbs. boîtes | 1.10 |

| | |
|-------------------------------|------|
| Osman (Turquie)— | |
| 1/16 ppts. 5 lbs boîtes | 1.15 |
| Tabacs coupés à fumer. | |

| | |
|--|---------------|
| Old Chum— | La lb. |
| En boîtes de fer blanc, 1/6s. | .95 |
| En boîtes de fer blanc, 1/4 lb. | .80 |
| En boîtes de fer blanc, 1 lb. | .80 |
| Ppts. 1/10s boîtes 5 lbs. | .79 |
| En sacs, 1/5s, boîtes 5 lbs. | .83 |
| Puritan Cut Plug— | |
| Ppts. 1/11s, boîtes 5 lbs. | .85 |
| En boîtes de fer blanc, 1/4 et 1/2 lb. | .85 |
| En boîtes de fer blanc, 1/5s. | .93 |
| En boîtes de fer blanc, 1 lb. | .83 |
| Full Dress— | |
| En boîtes de fer blanc, 1/5 et 1/2 lb. | .95 |
| Meerschaum— | |
| Ppts. 1/10s, boîtes 5 lbs. | .79 |
| En boîtes de fer blanc, 1/4 lb. | .80 |
| En sacs 1/5, boîtes 5 lbs. | .83 |
| Ritchie's Smoking Mixture— | |
| Ppts. 1/10s, boîtes 5 lbs. | .80 |
| Ritchie's Cut Plug— | |
| Ppts. 1/16s, boîtes 5 lbs. | .71 |
| Unique— | |
| Ppts. 1/15s, boîtes 5 lbs. | .65 |
| Ppts. 1 lb., boîtes 5 lbs. | .61 |
| Ppts. 1/2 lb., boîtes 5 lbs. | .60 |
| Calabash Mixture— | |
| 1 lb. boîtes en fer blanc, cartons | |
| 2 lbs. | 1.15 |
| 1/2 lb. boîtes en fer blanc, cartons | |
| 2 lbs. | 1.15 |
| 1/4 lb. boîtes en fer blanc, cartons | |
| 2 lbs. | 1.20 |
| 1/4 lb. boîtes en fer blanc, cartons | |
| 2 lbs. | 1.35 |
| NATIONAL SNUFF CO., LTD. | |

| | |
|--|----------------------------|
| Landry's Light Snuff— | Barillets ou Jarres |
| Rose No. 1 | 32 |
| Merise | 32 |
| Rose extra | 36 |
| Macaba | 38 |
| Scoth (ppts 1 lb. et boîtes 5 lbs) | 50 |
| Scoth, en jarres de 5 lbs. | 52 |
| Houde's Dark Snuff— | |
| Naturel | 33 |
| Rose No. 1 | 34 |
| Rose & Bean | 34 |
| Rose Extra | 36 |
| Merise | 34 |
| Macaba | 41 |
| Scoth en ppts 1 lb. et btes 5 lbs | 50 |
| Scoth en jarres 5 lbs. | 52 |
| Copenhagen—en boîtes 1/12 lb. | 90 |
| Velvet, 1/10 bte, cartons, 3 lbs. | 1.28 |
| Horseshoe—en boîtes de 1/12 lb. | 90 |
| Tabacs américains à fumer. La lb. | |
| Pride of Virginia— | |
| 1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons | 1.33 |
| Old English Curve Cut— | |
| 1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons 2 1/2 lbs. | 1.33 |
| 1/2 lb. boîtes en fer blanc (fermeture hermétique) | 1.40 |
| Rose Leaf (coupé fin à chiquer)— | |
| 1 oz. torquettes, en 1 lb. drums, | 1.20 |

| | | |
|---|--|---|
| Van Bibber Cut Plug. Btes fer bl. 1/10 lb. 2½ lb. cartons. 1.28 (Foncé ou aromatique) | pqts 1/6, boîtes 5 lbs. 24 pqts ½ et 1 lb. 20 | Petit Bleu— pqts 1/12 et ½, boîtes de 5 lbs. 50 pqts ½ et 1 lb., sous étain .. 40 |
| Mayo's Cut Plug. Paquets 1/10 5 lbs. cartons. . . . 1.00 | Carillon (à fumer et à chiquer) pqts 1/10 boîtes de 5 lbs. . . . 4c | L. L. V.— pqts ½ lb., sous étain 40 pqts 1/12, boîtes de 5 lbs. . . . 48 |
| Paterson's Seal— 1/5 lb. boîtes, cartons 5 lbs. . . 1.09 | Lion Brand— sac papier 1/10, boîtes 5 lbs. . . 35 | Petit Poucet— pqts 1/12, boîtes de 5 lbs. . . . 48 |
| Tuxedo Granulated Plug— 1/10 boîtes en fer-blanc, 2½ lbs. cartons 1.35 | Tri-Color— boîtes de 1lb. 32 | Le Petit Jaune— pqts 1/12, boîtes de 5 lbs. . . . 46 |
| Lucky Strike— ½ btes en fer blanc 3 lbs. cartons 1.28 1/5 lb. boîtes en fer blanc, cartons 5 lbs. 1.28 | Rainbow— pqts 1/9, boîtes 5 lbs. 70 boîtes en fer blanc ½ lb. 73 boîtes en fer blanc ¼ lb. 78 sacs 1/5, boîtes de 5 lbs. 78 | Calabresse— pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . 60 |
| IMPERIAL TOBACCO COMPANY OF CANADA, Limited. (Empire Branch) Tabacs à chiquer | Crema— pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . 52 | Swoboda— boîtes à coulisse 1/9, boîtes de 5 lbs. 64 |
| Stag, barres, 5 1/3 à la livre . . . 0.38 | Patriot— boîtes en fer blanc de 1 lb. . . 25 | Carlo— pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . 55 |
| Bobs, 5 et 12, à la livre 0.39 | Tabacs Naturels, coupés, à fumer. | Ali Baba— pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . 60 btes à coulisse 1/9, btes de 5 lbs. 65 |
| Pay Roll, barres, 7 ½s. Palettes 7s 0.56 | Parfum d'Italie— pqts 1/12, boîtes de 5 lbs. . . . 48 | Tabac à chiquer en tablettes |
| Club, 6s. et 12s. 0.40 | Red Cross— pqts de 1/10, boîtes de 5 lbs. . . 40 pqts de ½ lb. 40 pqts de 1/7, boîtes de 5 lbs. . . 55 | Spun Roll— pqts 1/16, boîtes de 1 lb. . . . 60 |
| Black Watch, 6s. 0.44 | Rouge et Quesnel— pqts 1/10, boîtes de 5 lbs. . . . 38 pqts 1/5, ½ et 1 lb. 35 | Tabac naturel coupé et pressé |
| Currency, 6 ½s. et 12s. 0.46 | Bellefeuille— pqts 1/6, boîtes de 5 lbs. . . . 24 pqts 1/3 lb. 24 pqts de 1 lb. 20 | Original— pqts ½ et ¼, boîtes de 5 lbs. . . 60 |
| Empire Navy, barres, 14 oz. . . . 0.51 | Prairie— pqts 1/10, boîtes de 5 lbs. . . . 38 | Tabac Coupé, Tranché, en Palettes. |
| Tabacs à fumer | Richelieu— 1/10 lb. 40 | Bamboo (Curved Cut)— boîtes en fer blanc, 1/10, bts 3 lbs. 75 |
| Shamrock, 2 x 4, 6s. 0.45 | Old Style— 1/10 lb. 75 | Caribou— boîtes 1/7, boîtes de 5 lbs. . . . 50 |
| Pedro, barres, 16 oz. 5s. 0.55 | Tabacs à Cigarettes | CIGARETTES |
| Tabacs hachés | Rugby— 1/9 (boîtes à coulisse), boîtes 5 lbs. 67 pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . 60 pqts ½ et 1 lb. 60 | "Melachrino" Domestiques Grosneur Par 1000 No 8—Mince. Bouts unis en 10s, 50s, 100s \$12.00 No 9—Bouts en liège en 10s, 50s, 100s 12.00 Non Plus Ultra—Bouts en liège en 10s, 50s, 100s 18.50 No 4—Bouts unis en 10s, 50s, 100s 25.00 |
| Great West, (sacs) 8s. 0.59 | | |
| Regal Cube Cut, btes fer-blanc, 9s. 0.70 | | |
| Taxi, Crimp Cut, btes fer-blanc, 10s. 0.78 | | |
| THE B. HOUDE CO., LTD., QUEBEC. Tabacs coupés à fumer. | | |
| Casino— pqts ½, boîtes 5 lbs. 27 | | |

Demandez le Tabac à Fumer

“ R I C H E L I E U ”

Pavillons en Satin dans les Paquets.

Manufacturé par . . **THE B. HOUDE COMPANY, LIMITED, QUEBEC.**



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”

WHISKY

“IMPERIAL”

WHISKY

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR
HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.

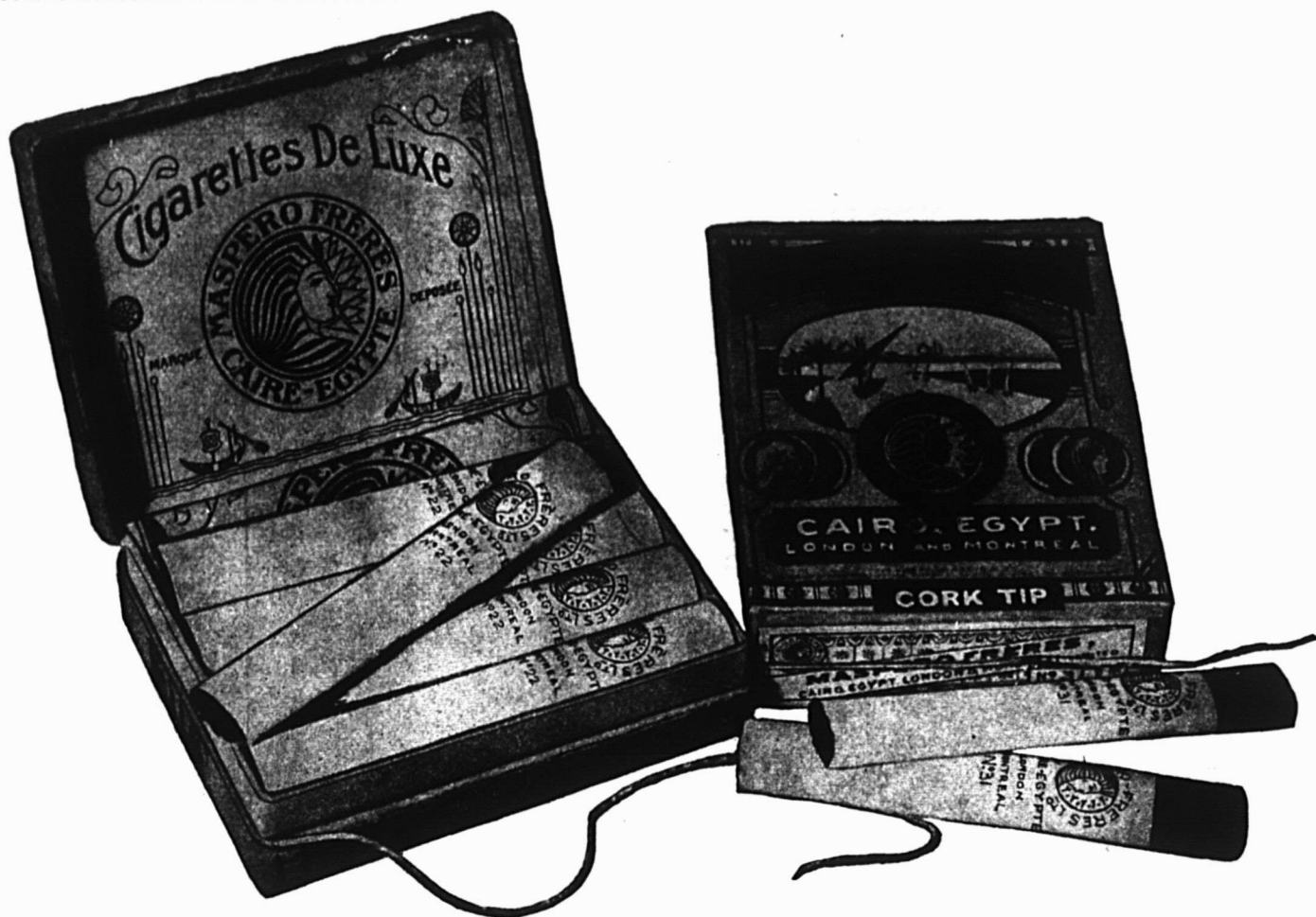
WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS:

LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,
VILLE DE MEXICO,
VICTORIA, C. B.

Agents: WALTER R. WONHAM & SONS

6 Rue St-Sacrement, MONTREAL



La Cigarette Egyptienne Parfaite

MASPERO

Absolument parfaites tel est le verdict universel.

Le fumeur difficile n'a jamais fumé de meilleures cigarettes égyptiennes.

Offrez les cigarettes "MASPERO" à ceux de vos clients qui apprécient ce qu'ils peuvent avoir de mieux pour leur argent.

FORMATS VARIÉS,

En Vente chez tous les Marchands en Gros.

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT".

Cigares et Tabacs

A PROPOS DE LA FABRICATION DES PIPES

Les renseignements qui suivent ne seront pas, croyons-nous, sans intérêt à la fois pour les marchands et pour les fumeurs de pipes. L'ambre jaune ou succin est une matière résineuse fossile, elle a une grande importance dans la pré-histoire. On le trouve souvent, sous forme de perles principalement, dans les sépultures néolithiques et de l'âge du bronze, en Danemark, en Grande-Bretagne, en Suisse, en Germanie et en Italie. Or, on ne connaît en Europe que deux dépôts naturels de cette matière: en Sicile et sur les bords de la mer Baltique. Il n'est jamais question du premier, dans les auteurs anciens; au contraire, ceux-ci, Tacite entre autres, indiquent nettement que l'ambre vient du nord de la Germanie. De ce fait, il faut conclure que l'antiquité tirait de ce côté l'ambre qu'elle employait; que, dès les temps préhistoriques, il existait déjà un système d'échange entre ces pays et les populations de la Baltique. On peut retrouver les routes que suivait le commerce de l'ambre; elles sont en effet marquées par certains objets archéologiques, cistes ou seaux en bronze, couteaux de fer, etc., qui venaient les uns d'Italie, les autres d'Allemagne, les autres de l'Asie peut-être.

L'ambre, d'un prix assez élevé, est l'objet de nombreuses contrefaçons. On l'imité surtout avec le verre et le copal (variété de résine, obtenue en incisant l'écorce de certains arbres originaires des contrées tropicales). Voici des moyens pratiques de reconnaître l'ambre vrai de l'ambre factice.

Verre: Piquez le morceau suspect avec la pointe d'une aiguille chauffée au rouge; si la pointe pénètre en produisant un boursoufflement léger, c'est bien de l'ambre; si elle n'entre pas, c'est du verre.

Copal 1° l'ambre raye le copal et n'est pas rayé par lui; 2° l'ambre est dur, on a peine à l'écraser, le copal s'émiette facilement; 3° le copal est unicolore, toujours; l'ambre, dans les plus petits échantillons, est de couleur variable; 4° frotté sur la paume de la main, le copal ne dégage aucune odeur; l'ambre soumis au même traitement exhale une forte odeur aromatique.

Pour coller ou recoller deux morceaux d'ambre jaune, on humectera simplement les surfaces à joindre avec une solution de potasse caustique et on les pressera fortement à chaud, l'une contre l'autre; la soudure se fera parfaitement.

L'ambre jaune $C_{40}H_{64}O_4$ ou succin est une résine fossile, dure, cassante, presque transparente, d'une couleur qui varie du jaune pâle au rouge hyacinthe. Il est insoluble dans l'eau, mais fond à 287° et brûle avec une flamme claire en répandant une agréable odeur. Il dégage alors de l'eau, une huile volatile et de l'acide succinique, qui se condense, en fines aiguilles cristallines, dans la partie froide du tube qui sert à l'expérience. Cette huile de Succin n'est autre qu'un mélange d'hydrocarbures. L'ambre se trouve abondamment dans les couches glauconieuses oligocènes du Samland, près de Königsberg. Cet ambre, qui provient surtout d'un pin de l'époque tertiaire, le pinus succinifer, a fourni aux paléontologistes plus de deux mille espèces d'insectes fossiles.

Le succin peut être travaillé au tour; il sert à la préparation des vernis; on l'emploie aussi pour faire des tyaux de pipe et des pommes de canne. Il s'électrise très facilement par le frottement.

C'est le gouvernement allemand qui a le monopole de l'ambre jaune. Les blocs d'ambre pèsent de $1\frac{1}{4}$ à $1\frac{3}{4}$ livre chacun. Contrairement à ce que pensent nombre de gens, l'ambre brûle.

L'écume de mer ou magnésite est une substance d'un blanc grisâtre, poreuse, légère et cependant assez tenace; elle est sèche au toucher et happe fortement la langue. Elle constitue un silicate hydrate de magnésie ($H_4Mg_2Si_3O_{10}$) difficilement fusible et attaquant par les acides concentrés. (Le nom d'écume de mer a été donné à cette matière à cause de sa légèreté, de sa blancheur et de sa porosité.) Réduite en poudre, elle était employée autrefois comme dentifrice. Son gisement est dans les terrains de transition inférieurs, où elle se présente en amas très étendus. La magnésie qui sert à la fabrication des pipes provient de divers lieux de l'Asie Mineure, de l'île de Nègrepont et de Crimée.

Il en existe des gisements en Espagne (près de Madrid) et en France (départements du Gard, de la Seine et de la Seine-et-Marne).

Cette matière, quand elle doit servir à la fabrication des pipes, porte-cigare ou cigarette, dits d'écume de mer, est bouillie dans le lait, puis pétrie avec de la cire et de l'huile de lin. Dans le commerce, on trouve une très grande quantité de pipes d'écume de mer artificielle; ce n'est autre chose que de la caséine, à laquelle on a incorporé six parties de magnésie calcinée et une partie d'oxyde de zinc. La préparation de l'écume artificielle est due à Wagner. On donne à cette composition le nom d'écume d'Autriche ou écume de Wagner.

La bruyère est un sous-arbrisseau qui croît surtout dans le sud de la France, en Corse et en Algérie.

La Calabasse est une gourde qui pousse dans l'Afrique du Sud. On la laisse sécher au soleil ardent sur la tige, puis on la fait bouillir et on la polit. On ne se sert que du goulot de la gourde pour confectionner des pipes. La pipe est très légère et se colore comme de l'écume de mer.

La vulcanite ou ébonite est une substance noire ou d'un brun foncé, assez dure et douée d'une élasticité comparable à celle de la baleine, mais beaucoup plus cassante. C'est un caoutchouc vulcanisé, qui contient, en poids, jusqu'à 60 pour cent de soufre. On en fait des peignes, des bijoux, des supports isolants pour les appareils électriques et des plaques, des disques pour machines électriques, des électrophones, etc.

La "Bakélite" est une nouvelle composition qui ne brûle pas et n'a pas de goût: elle ressemble à l'ambre, coûte à peu près moitié moins cher, ne casse pas, ne craque pas, mais a des tendances à se foncer quand on l'expose à la lumière du jour ou au soleil. Ne s'emploie que pour fabriquer des pipes de certaines formes et grandeurs.

UN CIGARE

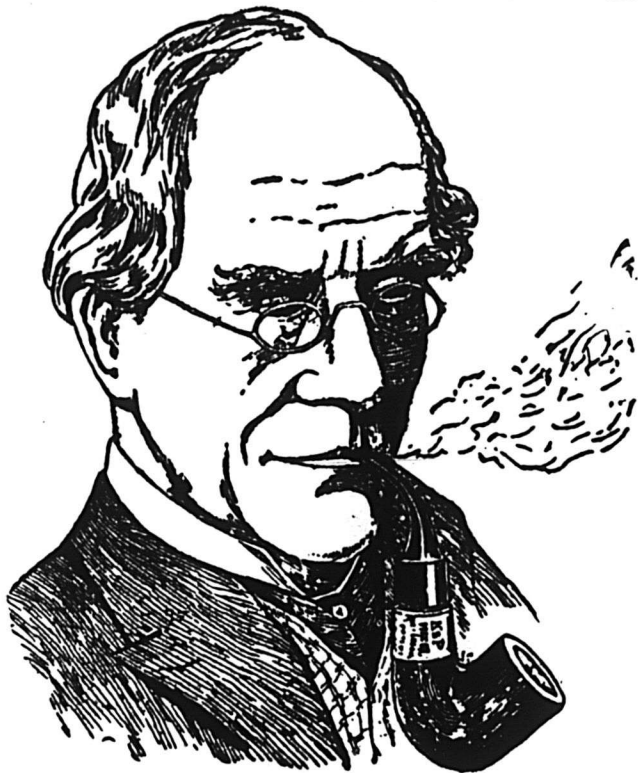
Qui vous dessillera les yeux.

Les Statistiques montrent que des hommes en proportion considérable ne peuvent pas distinguer le rouge du vert—ils sont atteints de daltonisme et ne le savent pas. Presque toujours un sens de différenciation d'un genre ou d'un autre nous manque. Le cigare "**Concha Fina**" fera voir au fumeur qu'il paie des prix ridicules pour des cigares importés, sans obtenir pour cela un article meilleur.

**Le "CONCHA FINA" Davis (Havane clair),
Est vendu à raison de 3 pour 25c.**

Il s'est acquis une renommée, de l'Atlantique au Pacifique, et sa qualité seule est le secret de son succès remarquable.

S. DAVIS & SONS, LIMITED, MONTREAL
Fabricants des fameux "**NOBLEMEN**", deux pour vingt-cinq cents.



Les Connaisseurs

FUMENT LA

PIPE "PETERSON"

Tous les marchands de tabac soucieux de leur réputation devraient avoir cette marque en magasin.

Seule et unique maison au Canada réparant et fabriquant les pipes et articles de fumeurs en tous genres.

Propriétaires des
MARQUES BIEN CONNUES



Seuls dépositaires des Tabacs et Cigarettes
de la Régie Française.

GENIN TRUDEAU & CIE., Limitée.

22 RUE NOTRE-DAME OUEST, - - MONTREAL.

DES FAITS QU'IL FAUT ENVISAGER.

On ne peut pas nier qu'il y ait en ce moment bien des opinions pessimistes dans le commerce du tabac. Des plaintes proviennent de nombreux milieux, d'après lesquelles les affaires ne sont pas aussi actives qu'elles devraient l'être et on met en avant toutes sortes de raisons depuis la prochaine législation qui sera adoptée par le Congrès américain jusqu'au temps qui n'a pas été favorable au début de la saison. Mais une fois toutes ces raisons exposées et discutées, on ne peut pas nier que la raison fondamentale de cet état de choses, c'est la réduction générale des prix des articles manufacturés de tabac.

Les statistiques prouvent que l'on manufacture et l'on vend en ce moment plus de tabac que jamais. La production de cigarettes pendant les dix premiers mois de l'année fiscale a dépassé en moyenne un billion par mois; elle a doublé presque celle de toute période de dix mois depuis qu'on fabrique des cigarettes aux Etats-Unis.

Et, cependant, malgré cette énorme production, cette vente phénoménale de cigarettes, combien de marchands ont fait un profit satisfaisant sur les cigarettes qu'ils avaient en magasin?

Les marchands en gros, les marchands-détaillants dans tout le pays ont eu à travailler ferme pour vendre ces billions supplémentaires de cigarettes, et cependant à cause des prix réduits auxquels elles ont été vendues si généralement, les profits ont été moindres qu'ils ne l'auraient été il y a quelques années, alors qu'on en vendait une quantité bien moindre.

Bien que la fabrication des cigares ne puisse pas soutenir la comparaison avec la production de cigarettes, le montant produit a dépassé six billions pendant les dix mois de l'année fiscale courante et il dépasse d'un quart de billion celui de la période correspondante de la précédente année fiscale. Une augmentation d'un quart de billion, pour la production de cigares en dix mois, aurait été il y a quelques années un sujet d'orgueil pour les commerçants et on aurait déclaré que l'industrie du cigare était très prospère.

Il est vrai que cette réduction de prix en ce qui concerne les cigares n'a jamais été portée aussi loin qu'en ce qui regarde les cigarettes, néanmoins, en nombre de sections elle a été exagérée; des cigares qui coûtent, à la manufacture, de \$60 à \$65 le mille, se sont vendus au détails à raison de sept cents chacun.

Mais les manufacturiers et les marchands en gros de cigares ont subi un grave contrecoup du fait de la réduction des prix des cigarettes. Les marchands-détaillants, en raison des prix réduits auxquels ils ont vendu, pendant ces dernières années, des cigarettes, ont constaté que leurs profits nets devenaient régulièrement de plus en plus faibles.

A cause de cette diminution des profits nets, ils ont été de moins en moins capables de faire face à leurs obligations. Ce qui veut dire que les marchands en gros ont éprouvé de plus en plus de difficultés à percevoir le montant des comptes dus par les marchands-détaillants, leurs clients et que par suite ils ont été eux aussi de plus en plus lents à régler leurs dettes envers les manufacturiers.

C'est de cet état de choses que proviennent les plaintes presque continuelles au sujet des perceptions qui sont loin d'être satisfaisantes et aussi au sujet du ralentissement du mouvement des affaires en certaines saisons, alors qu'autrefois à ces moments-là il y avait beaucoup d'activité et que les manufacturiers de cigares manifestaient par suite un vif contentement.

Ce sont là des faits qu'il faut envisager, quoiqu'ils ne soient guère agréables, et ils démontrent d'une manière con-

cluante à toute personne bien pensante que la réduction des prix a eu une influence néfaste sur les affaires concernant le tabac.

LA QUESTION DU STOCK.

En ce qui concerne les cigares, la question de maintenir le stock au niveau des demandes des clients du magasin et d'éliminer les articles spéciaux est une des plus ennuyeuses pour le marchand. Les articles qui, par leur grosseur sont invendables, représentent du capital immobilisé et il faut en débarrasser par tous les moyens les rayons.

Le marchand qui remporte le plus de succès fait les choses généralement un peu mieux qu'il ne semble nécessaire et c'est là un des grands principes à observer pour réussir. L'employé dans un magasin de cigares ne peut jamais espérer voir augmenter son salaire s'il ne fait pas plus qu'il est tenu de faire pour le prix qu'on le paie.

Il en est de même du magasin. Son commerce ne peut pas augmenter beaucoup à moins qu'il ne donne constamment un meilleur service à ses clients que ceux-ci ne sont en droit de l'espérer.

Ce qui vaut la peine d'être fait vaut aussi la peine d'être bien fait et ceci est vrai aussi bien pour le marchand que pour son commis. Un commerçant qui se rend compte qu'une affaire qui est digne de ses efforts vaut la peine qu'il s'y consacre très énergiquement ne se trompera jamais beaucoup.

Le chef d'une des maisons les plus anciennes et les plus prospères d'Amérique dit au sujet de la politique suivie dans sa maison: "Nous nous efforçons de faire tout un peu mieux que n'importe qui et d'une manière un peu différente et nous constatons que cette tactique rapporte énormément."

Quelles sont les choses que le marchand de cigares peut faire juste un peu mieux que son plus dangereux concurrent? Si son concurrent se contente de faire nettoyer ses vitres et de changer ses étalages une fois par quinzaine, il peut, lui, le faire tous les huit jours.

Si le concurrent en question concentre plus particulièrement son attention sur les étalages aux vitrines, faites-les encore mieux, rendez-les plus attrayants encore.

Recherchez l'originalité pour vos pancartes d'étalage et dites quelque chose qui en vaille la peine d'une manière polie et énergique qui attire l'attention. On peut aussi se servir de pancartes de ce genre dans l'intérieur du magasin.

Les marchands de cigares sont, en général, enclins à n'accorder que peu d'attention à la question de l'enregistrement de leurs affaires. Tenir un état du stock reçu et du stock livré aux clients c'est maintenant une question essentielle à la bonne gérance des affaires, et qu'il ne faut pas négliger si l'on ne veut pas encourir de pertes.

La "United Cigar Stores Co." a sans aucun doute un des plus complets systèmes pour tenir des états complets du stock de n'importe quelle entreprise commerciale du monde et ce système a été l'un des principaux artisans de son succès. De cette façon, elle peut faire des comparaisons et est bien guidée pour ses achats, qu'elle ne pourrait faire sans cela qu'au jugé et souvent au hasard.

Il est évident que dans le petit magasin de cigares on ne peut pas avoir un système aussi complet de comptabilité que dans les grands débits de tabacs ou dans les bureaux des compagnies manufacturières, mais dans le plus petit magasin on peut tenir un état exact du stock pour faire des comparaisons à des intervalles réguliers avec les quantités de stocks en magasin pendant les périodes précédentes.

Les affaires par la poste.

Le marchand de cigares qui cherche à se créer une clien-

tèle par la poste devrait concentrer ses efforts sur un ou deux articles au plus dans chacune de ses lettres.

La tendance de nombre de marchands est malheureusement de faire de chacune de leurs lettres un catalogue réduit de la plupart des marchandises qu'ils ont en magasin.

Souvenez-vous de ceci. Tout article supplémentaire que vous décrivez dans votre lettre sert à diviser l'attention de celui dont vous recherchez la clientèle. C'est donc là un mauvais système et il vaut bien mieux concentrer l'attention du lecteur sur une ou deux marques.

EXPORTATIONS DE CIGARES DE LA HAVANE.

Pendant la première quinzaine d'août:

| | Cigares. |
|----------------------------------|-----------|
| Grande-Bretagne et Irlande | 2,567,736 |
| Allemagne | 1,977,427 |
| Etats-Unis | 1,770,200 |
| Canada | 447,520 |
| Australie | 306,100 |
| Chili | 206,024 |
| République Argentine | 123,090 |
| Italy | 66,000 |
| Pays-Bas | 23,600 |
| Brésil | 18,000 |
| Espagne | 15,266 |
| Chine | 13,000 |
| France | 10,500 |
| Panama | 8,500 |
| Gibraltar | 8,350 |
| Vénézuéla | 7,500 |
| Russie | 6,000 |
| Danemark | 4,300 |
| Etats-Unis de Colombie | 2,225 |
| Iles Canaries | 2,000 |
| Nicaragua | 2,000 |
| Costa Rica | 900 |

Total du 1er août au 15 août 1913

Total du 1er août au 15 août 1912

Dim. pendant la première moitié d'août 1913

Total du 1er janvier au 15 août 1913

Total du 1er janvier au 15 août 1912

Augmentation durant 7½ mois de 1913

Diminution pour certains pays durant la première moitié d'août par comparaison avec 1912:

| | Cigares. |
|----------------------------------|-----------|
| Etats-Unis | 1,428,211 |
| Grande-Bretagne et Irlande | 902,239 |
| Canada | 225,305 |
| Allemagne | 211,865 |
| Afrique Espagnole | 90,500 |
| Uruguay | 75,569 |
| Russie | 45,075 |
| Australie | 41,650 |

Augmentation pendant la première moitié d'août 1913, par rapport à 1912:

| | Cigares. |
|--------------|----------|
| Italie | 66,000 |

parfois des moments de rêverie et par intervalles il regarde par la fenêtre de son bureau en s'efforçant de tirer son inspiration du spectacle de la foule cosmopolite qui passe dans la rue en-dessous de son bureau. Il écrit une page toutes les semaines sur les hommes d'affaires qu'il a rencontrés et auxquels il a eu affaire. Voici comment il explique lui-même de quelle utilité, comme calmant, peut être un cigare lorsque le cerveau court le risque de devenir paresseux:

"Jusqu'à présent je me suis borné au roman de la vérité. Je ferme la fenêtre en racontant la réalité des conséquences de l'usage d'un cigare. Entre une tasse de thé et un cigare, il y a une affinité. C'est l'un des plus grands pacificateurs à Régina. Si l'on ne vendait plus de cigares, les moeurs deviendraient immédiatement plus grossières. Le cigare a un effet apaisant. Avez-vous remarqué que certains gens ont de bonnes manières tandis qu'ils fument le cigare et que dès qu'ils le reposent, leur naturel reprend le dessus? S'ils ont une nature brutale, dès qu'ils lâchent du bout des doigts le cigare, ils deviennent assommants. S'ils sont moroses, dès qu'ils ont fini leur cigare, ils gardent obstinément le silence. S'ils sont tout feu, tout flammes, la disparition du cigare leur fait découvrir qu'ils ont causé simplement pour le plaisir de causer.

Mais, par contre, un homme qui a l'habitude de fumer le cigare est une acquisition au point de vue social. Il fait du cigare un moyen d'arriver à son but. C'est pourquoi la compagnie de mon ami Bagshaw me plaît. Quand je sortis du pâté de maisons Banner — il était alors environ neuf heures — vous remarquerez, s'il vous plaît, combien je précise — je tombai tout droit dans les bras de B. Son sourire, qui ne le quitte jamais, était plutôt plus prononcé que la fois précédente. Nous nous regardâmes, souriants, silencieux, puis nous fimes une grimace. "Fumons un cigare, mon vieux", dit B. La glace était rompue. Ce cigare était un moyen de grâce. Nous nous sentimes en si complète intimité en lançant des volutes de fumée que tous deux qui étions à nous demander comment nous passerions le samedi soir à Régina, nous trouvâmes des idées qui demandaient à être discutées plus longuement. Cinq minutes après avoir commencé à fumer, nous ne pensions plus à la boue des rues et nous étions amis avec les grands esprits du passé et du présent."

LISZT AUSSI FUMAIT

L'incomparable Liszt avait l'habitude de fumer un cigare par jour. Mais ce cigare était toujours un article du meilleur choix. Lorsqu'il partait en voyage, il n'avait qu'à dire à son valet combien de jours durerait son absence et celui-ci mettait dans le sac de voyage un nombre correspondant des fameux cigares de la Virginie.

Un jour que Liszt voyageait en Italie, un préposé des douanes vint lui demander s'il avait quelque chose à déclarer. Le musicien, dont l'esprit était tout à sa musique fit un signe qui voulait dire non. Ouvrant quand même la valise, l'officier aperçut un certain nombre de cigares de Virginie. Le paquet fut confisqué et Liszt condamné à payer une amende de \$100.

Arrivé à Milan, le maître raconta à son impressario sa fâcheuse aventure. Riccordi rit beaucoup de l'affaire, courut au trésor italien, se fit rendre et les cigares et le montant de l'amende. Revenant à l'artiste, il lui offrit, avec un sourire, un de ses propres précieux cigares.

"Non, mon cher ami, dit Liszt. J'ai fait voeu de ne plus fumer, afin de ne plus m'exposer à semblable humiliation." Riccordi assure qu'il tint sa promesse.

LE CIGARE A SAUVE UN REDACTEUR EN CHEF

Le rédacteur en chef du "Weekly Mirror", de Régina, a

CONSERVES CANADIENNES

“VICTORIA”

Notre marque de commerce “VICTORIA” est bien populaire et tout épicier recherchant “la qualité” ne veut vendre autre chose lorsqu’il a mis “VICTORIA” en vente une fois.

LEGUMES

Tomates
Haricots
Pois
Blé d’inde
Betteraves
Asperges, etc.

POISSONS

Saumons
Sardines
Harengs
Homards
Huitres
Morue, etc.

FRUITS

Pommes
Fraises
Framboises
Pêches
Poires
Prunes, etc.

Nous vous recommandons spécialement, vous en garantissant la qualité, notre Saumon Rouge “VICTORIA”.

THÉS DU JAPON

Marque VICTORIA et PRINCESSE LOUISE”

En boites de 80 et 90 lbs.

CONSERVES IMPORTÉES

Marque “SOLEIL”

Petits Pois, Asperges, Haricots, Epinards,
Artichauts, Flageolets, Macédoines, Choux de Bruxelles, etc.

Ecrivez, Téléphonnez, Télégraphiez.

LAPORTE, MARTIN, Limitée

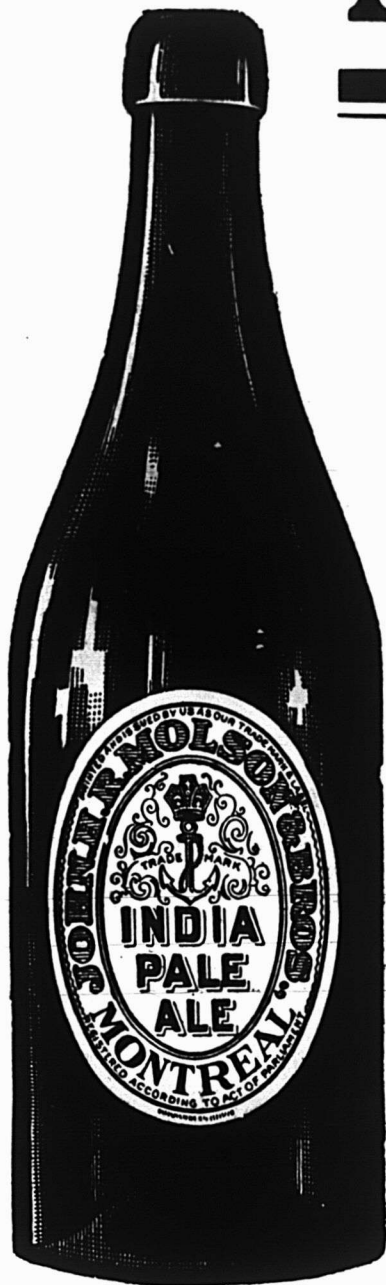
Tél. Main 3766

568, rue St-Paul, Montréal.

La Bière Populaire

MOLSON

A. J. DeBray Ecq.
Ecole H. R. C.
Viger et St. Hubert



Est celle que veut le Con-
sommateur; donnez-la lui.

La vente de cette BIÈRE
excède celle de toutes les
autres marques réunies.

Brassée à Montréal depuis

126 ANS.