

PRIX COURANT

Fondé en 1887.

MONTREAL, Vendredi 13 août 1920

Vol. XXXIII—No 33



"Sauvez la surface et vous sauvez tout" *Brandram-Henderson*

LES HAUTES ETUDES COMMERCIALES

Le Pouvoir du Pinceau

LABORATOIRE PHOTOGRAPHIQUE

Le marchand qui tient les produits B.H. a un instrument de défense éprouvé et garanti contre toute espèce de détérioration naturelle ou de décrépidité.

Toute construction, en bois ou en métal, finit par montrer, avec le temps, l'effet inévitable de l'usure et de la destruction, et pour combattre ces éléments il ya un protecteur de surface reconnu et recommandable.

Le public en général apprend de tous côtés que la peinture sert à préserver aussi bien qu'à embellir et une demande plus grande en est la conséquence naturelle.

La Qualité B-H se vend d'elle-même

L'immense publicité que nous donnons nous-mêmes à tous les produits B.H. ne nous servirait de rien, n'était la qualité merveilleuse qui entre dans chaque boîte portant notre nom.

Une peinture de bonne qualité signifie une foule de clients satisfaits, de sorte que la qualité B.H. est en réalité la véritable force de vente et le magasin du détaillant est l'endroit de distribution.

Prenez-vous votre part de bénéfices sur ce volume d'affaires toujours croissant?

SINON, ECRIVEZ POUR AVOIR LA PROPOSITION D'AGENCE B.H.

BRANDHAM-HENDERSON LIMITED

MONTREAL

HALIFAX

St. JOHN

TORONTO

WINNIPEG

MEDICINE HAT

CALGARY

EDMONTON

VANCOUVER



Enseigne de vitrine Jumbo.

25 pouces de large
par 33 pouces de haut.

Cette jolie pancarte en 4 couleurs attire l'attention sur toute vitrine où elle peut être placée et excite certainement l'intérêt des automobilistes lorsqu'ils songent à donner un nettoyage à leur machine. Cette affiche est munie de papier gommé, de sorte que vous n'avez aucune difficulté pour la placer.

Commis sans salaire

TOUT marchand de n'importe quelle localité sera heureux d'employer ces commis sans salaire. Non pas tant à cause de leur salaire peu ordinaire qui se chiffre par 000, mais aussi à cause de leurs qualités qui rivalisent avec celles de beaucoup de commis à salaire élevé.

En plus de leur mérite comme vendeurs, il y a de nombreuses faiblesses humaines que ces commis ne possèdent pas. Ils ne sont jamais malpolis, jamais indifférents. Ils travaillent après les heures sans murmure. Ils sont toujours au travail et ne s'en vont jamais pour prendre un meilleur emploi. Ils sont de brillants exemples de patience, d'industrie et de bon caractère.

Leur nom est "étalage"; étalage

de vitrine, et étalage de magasin. Le marchand qui les met convenablement au travail, n'a jamais besoin de s'inquiéter de loyer, de traites qui viennent à échéance, ou du prix de la gasoline pour ses parties de plaisir.

Supposons, par exemple, que vous vouliez commencer dès maintenant. Mettez une douzaine de bouteilles de Poli O-Cedar sur votre comptoir; mettez-y le Poli O-Cedar dans les dimensions de 25 cents à \$3.00 (et n'oubliez pas la vadrouille à poli O-Cedar). Arrangez-les gentiment et comme fond employez les attrayantes pancartes de vitrine, enseignes et affiches O-Cedar que vous pouvez avoir gratuitement sur demande. Vous serez enchanté de la jolie musique que votre caisse enregistreuse jouera si vous faites cela.

Channell Chemical Company Limited., Toronto

COMMUNITY PLATE

Les avantages que leur vente assure au marchand

Tout acheteur de Community Plate conserve la meilleure opinion du magasin où il l'achète et il y retourne quand il a besoin d'autres marchandises de première qualité.

La vente de Community Plate vous donne du prestige — le prestige qui compte aux yeux du public.

Les couverts Community sont tellement appréciés, et la satisfaction qu'ils donnent est si durable que vos clients deviennent vos amis.

En concentrant vos efforts à la vente de Community Plate vous proclamez bien haut que vous ne vendez que des marchandises de premier choix.

Vendez donc du Community Plate. Son prestige — que lui donnent la vogue de ses couverts et la campagne nationale de publicité organisée par la Compagnie vous attirera d'excellentes affaires.



Style Sheraton

ONEIDA COMMUNITY, LIMITED,

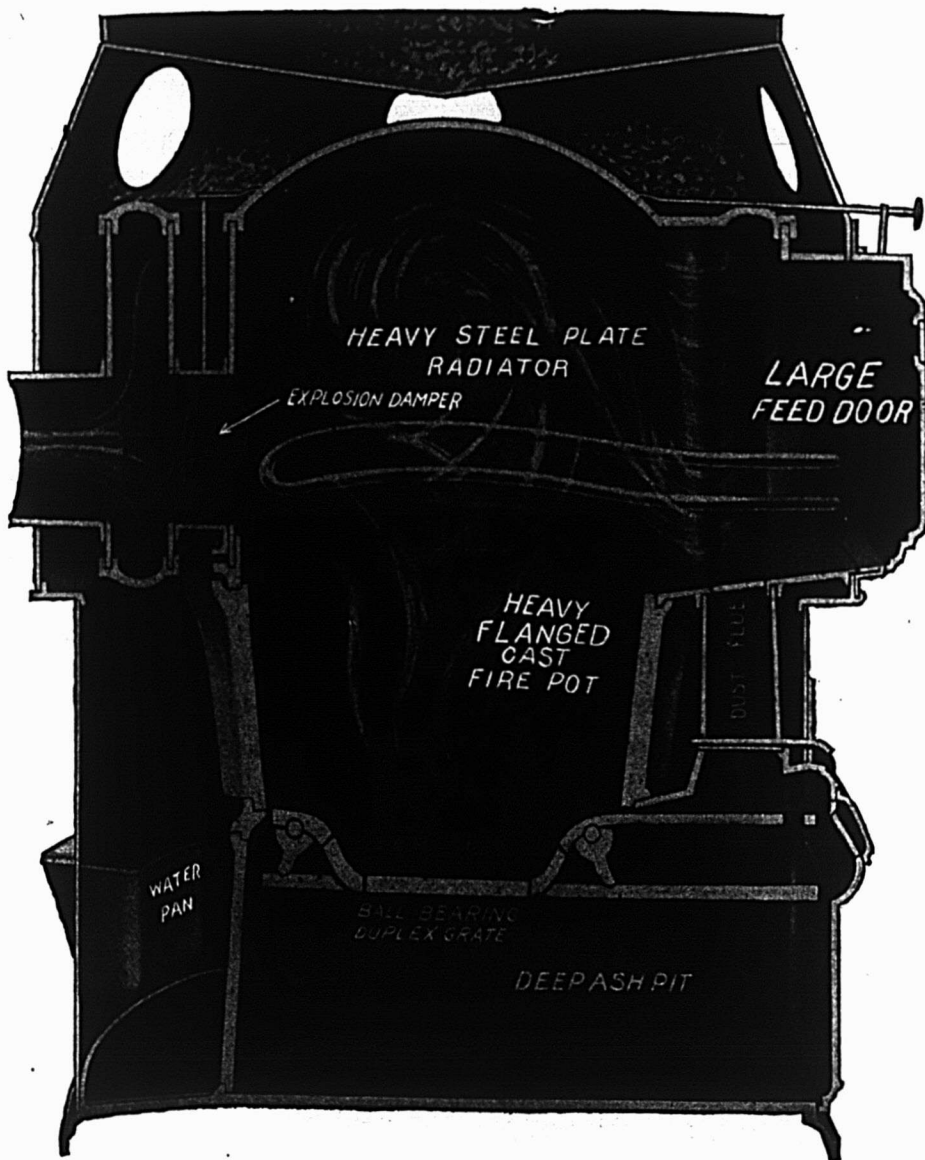
NIAGARA FALLS, ONT.

Aussi fabricants de Onelda Community Par Plate.

Cela vous paiera de tenir la

NEW IDEA

Fournaise à air Chaud



La raison qui nous fait dire que cela vous paiera de tenir la fournaise NEW IDEA, c'est qu'une fois installée vous n'entendrez jamais que des louanges de la part de votre client.

Mieux encore, tout homme qui emploie la fournaise NEW IDEA devient un propagateur et vous aide à faire de nombreuses ventes. Nous savons cela parce que les marchands nous l'ont dit.

Il n'y a jamais eu une meilleure fournaise depuis que nous avons débuté en affaires il y a plus de soixante-quinze ans.

Ecrivez pour avoir le catalogue

THE HAMILTON STOVE & HEATER CO., LIMITED
 SUCCESSEURS DE
GURNEY, TILDEN & CO., LIMITED, HAMILTON, ONT.
 VANCOUVER. WINNIPEG. MONTREAL.

75 ans de succès dans la fabrication

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant",
 vous vous assurez un meilleur service.

SOUVENIR

Fournaise à eau chaude

**Brûle du Charbon ou du Bois. - De Vente Rapide.
Bon Bénéfice.**



Cette fournaise est une merveille pour le prix. C'est un des articles qui se vendent le mieux dans notre usine. Faite en petites dimensions qui la rendent particulièrement convenable pour être employée dans les habitations ouvrières.

Faite avec un foyer d'une seule pièce, fortement ondulé et garnie d'une grille modèle Smythe triangulaire, reconnue comme le meilleur type de grille à barres triangulaires.

La fournaise Souvenir peut être vendue à un prix étonnamment bas en vous laissant néanmoins un bénéfice très rémunérateur.

Vous plairait-il que nous vous adressions par la poste notre nouveau catalogue décrivant notre ligne complète de fournaises, poèles, cuisinières et quincaillerie pour construction?

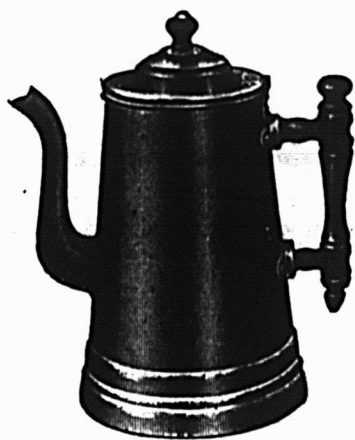
THE HAMILTON STOVE & HEATER CO., LIMITED
SUCESSEURS DE

GURNEY, TILDEN & CO., LIMITED, HAMILTON, ONT.
VANCOUVER, WINNIPEG, MONTREAL.

75 ans de succès dans la fabrication

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant",
vous vous assurez un meilleur service.

VIKO



**Ustensiles de Cuisine
et Spécialités en Aluminium**

LA LIGNE LA PLUS GRANDE ET LA PLUS
COMPLETE D'ARTICLES EN ALUMINIUM DU
CANADA.

CATALOGUE COMPLET ET LISTE DE PRIX
ENVOYES SUR DEMANDE.

**Aluminum Speciality Company
of Canada**

60 John Street, - TORONTO.

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.

Réservez quelques minutes d'examen à leurs échan-
tillons, ce ne sera pas du temps perdu pour vous.

Leur collection d'articles est aussi complète que possi-
ble 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,

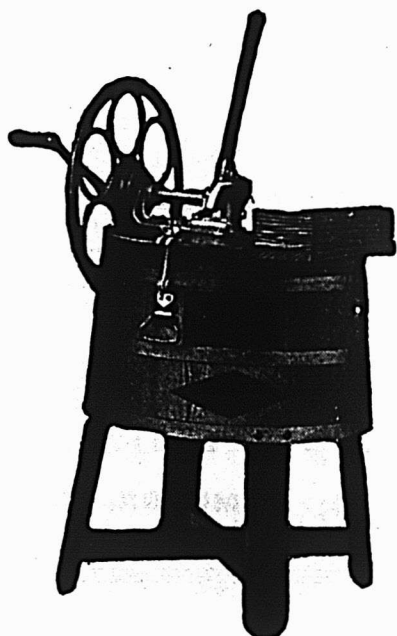
LIMITÉE

IMPORTATEURS

**297 et 299 rue Saint-Paul,
Montréal**

Lessiveuse à haute vitesse
"CHAMPION" de

Maxwell



Une ligne populaire et profitable durant toute l'année.
Vos clients la connaissent grâce à notre publicité.

MAXWELL'S LIMITED, St. Mary's, Ont.

LA FORCE D'UNE HACHE
RESIDE DANS SON MANCHE.

STILL

vous procure un outil de travail plus solide car
les MANCHES DE STILL sont faits avec les
meilleurs des bois canadiens.

La vente des

Manches de Still

surpasse de beaucoup celle des autres marques.

Il y a une raison.

Manches de hache, de pic, de masse et de mar-
teau. Manches Cant, Hook and Peavie.
Cela paie de vendre les Still

J. H. STILL MFG. CO.,

ST-THOMAS - - - ONTARIO

Voici les PNEUS AMES HOLDEN

Empreinte "Universal"



- Pneus recommandables.
- Pneus construits pour fournir un milléage satisfaisant.
- Pneus que vous pouvez vendre et recommander, protégés par la **garantie** Ames-Holden qui assure au client un pneu exempt de toute imperfection comme matériel et façon.
- Se font dans les dimensions suivantes: Clincher, 30 x 3 1-2 et 31 x 4. — Côté uni, 32 x 4, 33 x 4 et 34 x 4.
- Chambres à air grises et rouges.



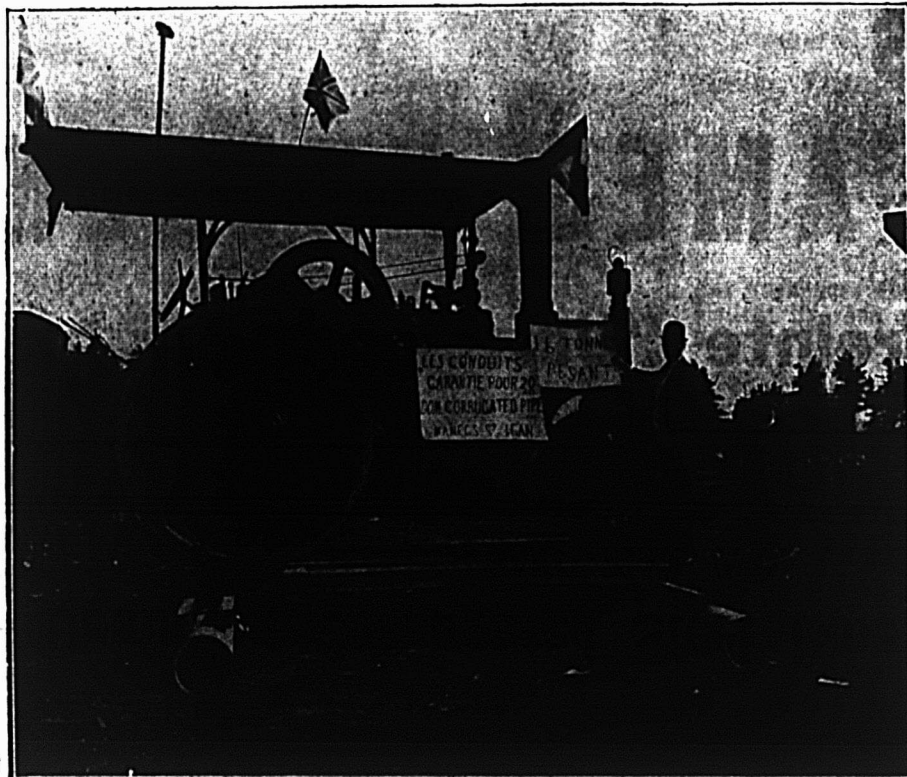
Détaillants!

La liste de prix et la section-échantillon vous seront adressées sur demande.

AMES HOLDEN M^CCREADY LIMITED

Halifax — St. John — Québec — Montréal — Ottawa — Toronto — London — Winnipeg — Regina
Saskatoon — Edmonton — Calgary — Vancouver.

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant",
vous vous assurez un meilleur service.



Rouleaux à Vapeur

pour l'empierreage des routes. Modèle perfectionné garanti 20 ans, pouvant rivaliser avec succès avec tous les appareils similaires de fabrication américaine.

Dominion Corrugated Steel Pipe Co., Limited
SAINT-JEAN, P. Q.

Valeurs Spéciales

Directement de l'usine au commerce par
l'intermédiaire de marchands à
commission.

Worstedes gris et de fantaisie

Serges bleues et noires

Tweeds écossais pure laine pour
vêtements d'hommes

Aussi

Serges de laine d'Australie, gabardines,
etc., pour vêtements de femmes

C. E. Robinson & Cie

Importateurs et marchands à Commission,

Immeuble Mappin & Webb,

10 Rue Victoria - - - MONTREAL

Tél. Uptown 8558.

NOUS SOMMES LES REPRESENTANTS
POUR L'EST DU CANADA DES CELEBRES

Pneus et Chambres à air

V. D. L.

ET

DES PRODUITS EN ALUMINIUM

"VIKO"

LIGNE COMPLETE D'ACCESSOIRES D'AUTOMOBILES,
DE SPECIALITES ELECTRIQUES ET D'ARTICLES
DE QUINCAILLERIE.

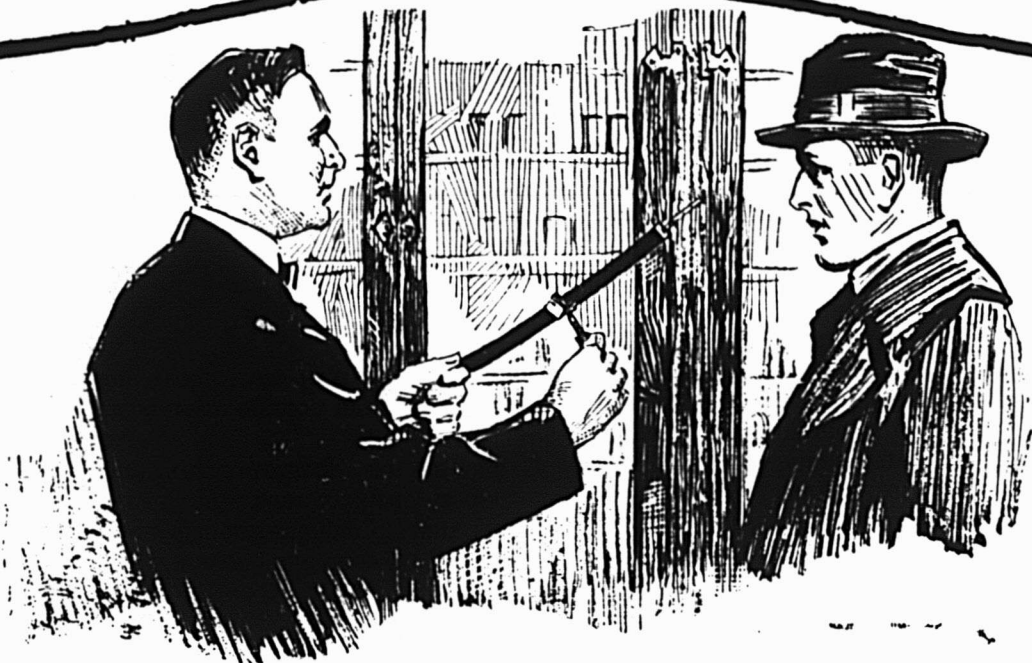
Hurtubise Limitée

Successeurs de

NORTH AMERICAN HARDWARE SUPPLY
LIMITED,

222, rue Notre-Dame Ouest,

MONTREAL, - - - CANADA



Pour vendre le rasoir AutoStrop, Démontrez-le simplement. Cela suffit.

Les résultats d'une enquête dans un grand centre Canadien démontrent que ce sont les détaillants qui ont pris pour méthode de démontrer les rasoirs AutoStrop, qui en ont vendu le plus.

Ceci confirme notre opinion que pour vendre un Rasoir AutoStrop, il vous suffit de le démontrer.

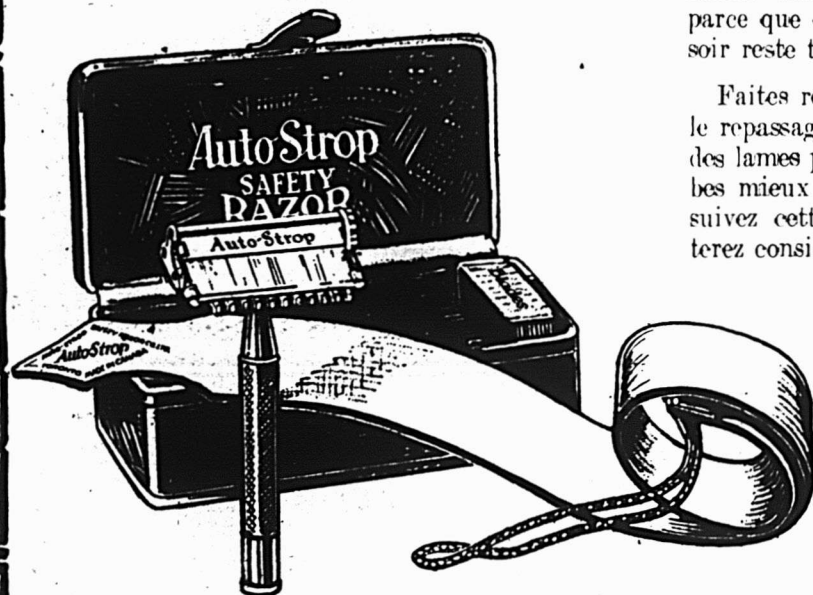
Après avoir donné au rasoir quelques coups sur le cuir, tendez-le au client et laissez-le se rendre compte par lui-même comme c'est facile à manœuvrer; comment cela prend réellement moins de temps pour obtenir un bon tranchant sur le cuir, qu'il n'en faut pour changer une lame; et qu'il n'y a aucun embarras avec les différentes pièces parce que du commencement à la fin, le rasoir reste tel qu'il était au sortir de la boîte.

Faites ressortir en même temps le fait que le repassage sur le cuir donne non seulement des lames plus durables, mais encore des barbes mieux faites. Nous savons que si vous suivez cette simple méthode, vous augmenterez considérablement vos ventes.

Il nous reste encore quelques exemplaires de "Clinching the Sale" et si vous en désirez quelques-uns pour distribuer à vos commis, nous vous serions obligés de nous le faire savoir.

AutoStrop Safety Razor Co., Limited

AutoStrop Bldg., Toronto, Ontario.



AutoStrop Safety Razor

MADE IN CANADA

Raisons raisonnables

Il faut qu'il y ait de bonnes raisons à la popularité des Gants et Mitaines Tapatco, et deux sortes de raisons — celle du marchand et celle du fabricant.

Les raisons les plus importantes au point de vue du marchand sont l'écoulement rapide et la satisfaction durable.

Du côté du fabricant — le choix minutieux du cuir de haute qualité, les meilleurs tissus et une attention soutenue dans les moindres détails de la main-d'oeuvre.

Voilà ce qui semble être les raisons les plus raisonnables de la grande vente des Gants et Mitaines Tapatco. Et le fait est que les marchands constatent une demande plus grande chaque année pour la marque Supérieure Tapatco.

Styles

Gantelets, à poignets en tricot et dessus à bande. Pesanteurs lourde, moyenne et légère. Egalement gants à bouts en cuir et paume en cuir. Gants et mitaines de Jersey en tan, ardoise et oxfords.



TAPATCO
REGISTERED TRADE MARK
BRAND

The American Pad & Textile Company,
Chatham, Ontario

FEUTRE ET PAPIER

N'IMPORTE QUELLE QUANTITE

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

Fabricants du Feutre Goudronné
"BLACK DIAMOND"

ALEX. McARTHUR & CO., Limited
Bureaux et Entrepôts: 82 rue McGill, MONTREAL
Manufacture de Feutre pour Toiture:
Rues Moreau et Forsyth, MONTREAL
Moulin à Papier: - - - JOLIETTE, P. Q.

Nova Scotia Steel & Coal Co. LIMITED

MANUFACTURIERS

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

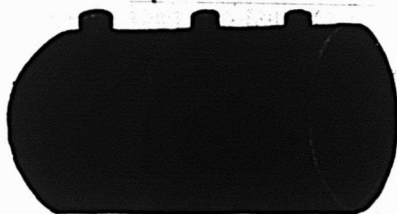
Grosses Pièces de Forges, une Spécialité

Mines de Fer — Wabana, Terre-neuve. — Mines de charbon. 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.)

RESERVOIRS A GAZOLINE

Pour emmagasinement souterrain de la gazoline. (Avec tous accessoires Appropriés)



Un réservoir de haute qualité complètement soudé à l'acier, ce qui le rend pratiquement d'une seule pièce. Peint à l'extérieur avec de la peinture noire anti-rouille et à l'épreuve de l'acide. Ils sont pratiquement à l'épreuve de la rouille et des matières corrosives. Ils sont faits par des ouvriers experts. Nos réservoirs sont fabriqués conformément aux exigences

du National Board of Fire Underwriters.

Avant de laisser nos usines ils sont tous éprouvés sous pression d'air par un surintendant compétent, et sont ensuite encaissés et expédiés pour que vous les receviez en bonne condition. Nous croyons que nos prix vous intéresseront car ils sont très raisonnables. Rien de mieux pour emmagasiner de la gazoline. Toutes dimensions faites sur commande. Ligne complète de pompes mesurant automatiquement.

Ecrivez pour brochure.

THE STEEL TROUGH & MACHINE CO., LIMITED

OUTILS EN ACIER FORGÉ

HACHES MARTEAUX, CLEFS ANGLAISES (WRENCHES).

CANADA

FOUNDRIES & FORGINGS, LIMITED

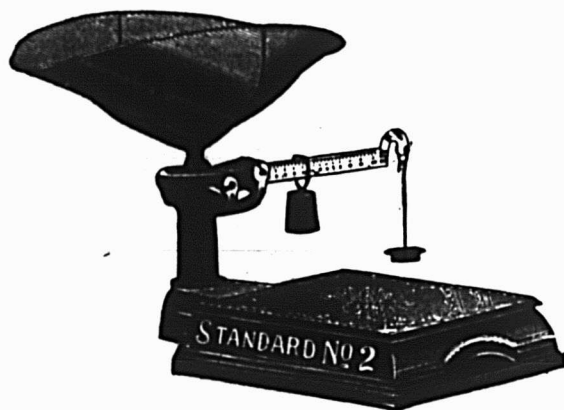
BROCKVILLE, CANADA

M. le Marchand de Quincaillerie

Etes-vous en affaires pour faire un profit? La ligne de balances que vous vendez, vous permet-elle de faire concurrence aux maisons vendant par la poste tout en vous laissant une marge raisonnable de profits?

—SI NON, VOUS NE DEVRIEZ PAS LA TENIR EN MAGASIN. VOUS Y GAGNERIEZ A DONNER SUITE A CETTE ANNONCE.

CHAMPION
UNION
240 LBS



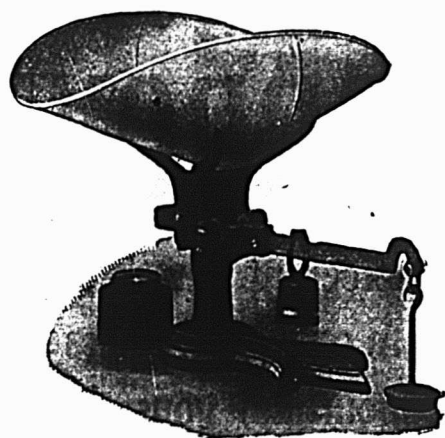
REMARQUEZ LE
NOUVEAU GENRE
DE PLATEAU

Nous sommes en position de vous coter les prix les plus avantageux pour vous sur la ligne bien connue des

Balances Imperial Standard & Champion Jewel

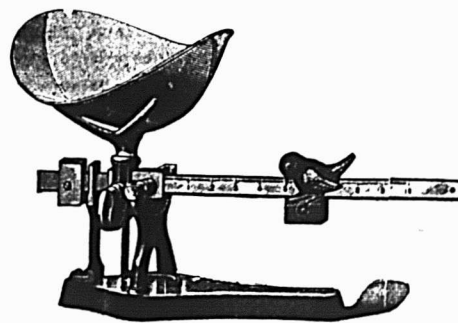
Tous les modèles et toutes les capacités au choix.

Depuis la plus petite balance postale à la plus grande balance-truc de 200 tonnes pour chemin de fer.



Balance de ménage
Capacité: 25 lbs

Ne manquez pas de nous écrire pour avoir notre gros catalogue descriptif ainsi que notre liste de prix. Vous y trouverez un gros profit.



Balance de ménage
Capacité: 10 lbs

Manufacturées par

The Burrow, Stewart & Milne Co., Limited

HAMILTON CANADA

Agent pour l'Est du Canada.

JOHN R. ANDERSON, 36 rue Saint-Dizier, Montréal.



Le Peintre Luxeberry dit :

“Parmi les gens peu sensés qui coupent un sou en quatre, il y a de faux économes qui épargnent quelques dollars sur le prix du vernis et qui quelques semaines après doivent dépenser vingt fois plus qu'ils n'ont économisé, pour gratter ce vernis et refaire le fini. Les seuls vernis bon marché sont ceux qui réunissent la beauté et la longue durée. C'est pourquoi j'ai toujours employé les Finis Berry depuis que je suis en affaires.”

Les marques “Berry” se vendent facilement parce qu'elles ont derrière elles une réputation de confiance de 60 années.

BERRY BROTHERS ^{INC}
World's Largest Makers
Varnishes and Paint Specialties

Détroit, Michigan,

Walkerville, Ontario,

29 Rue Latour, Montréal, P. Q.

Main 1521

Papiers Peints STAUNTON

Tous nos modèles sont en 2 pouces de large. Cette uniformité idéale de largeur permet un bien meilleur développement des dessins de sorte que ces papiers excellent par leurs qualités attrayantes, qu'ils se vendent plus rapidement et inclinent beaucoup plus de gens à retapisser leur demeure.

Nouveaux dessins à effets de cretonne, d'indienne, de tapisserie, de rayures ou unis dans une variété extraordinaire de beauté exquise. Toutes les qualités de papiers peints sont représentées depuis les articles les meilleurs marché jusqu'aux spécialités du plus beau choix. Bordures droites ou découpées, dans toutes les dernières nouveautés.

LES PAPIERS “SEMI-ROGNES” de STAUNTON. La lisière de ces papiers est partiellement séparée et est facilement enlevée rien qu'en frappant le bord du rouleau sur la table, laissant le papier exactement et parfaitement rogné. Ces papiers épargnent du temps et du travail, sont faciles à poser et suppriment la moitié des ennuis qui accompagnent ordinairement la pose du papier.

Nous vous invitons cordialement à correspondre avec nous.

STAUNTONS LIMITED

FABRICANTS DE PAPIERS-PEINTS
TORONTO

Salles de ventes à Montréal: Chambre No 810
Édifice Mappin & Webb, 10 rue Victoria.

D. D. McARTHUR.

Les Mèches “Drills”

MORROW

vous perceront plus de trous
avec moins d'aiguisage.
C'est pourquoi vous devez
insister pour avoir cette mar-
que lors de vos achats.

F. Bacon & Compagnie,

AGENTS, MONTREAL.
Essayez d'abord chez votre
marchand de gros.

INGERSOLL



Faites-les s'Arrêter !

Votre magasin a de la valeur en proportion de sa situation. Un de vos meilleurs facteurs de vente consiste dans votre étalage de vitrine en raison de son pouvoir d'attirer les passants.

Mais que faites vous dans cet espace des plus précieux pour arrêter les gens—pour créer de l'intérêt—et changer cet intérêt en affaires?

Un marchand avisé fait un brillant étalage avec les Rasoirs de Sûreté Gillette — un étalage qui arrête les hommes et qui transforme leur intérêt déjà vif en ventes de Gillette. Ces ventes profitables méritent de temps en temps l'emploi de toute la vitrine, tandis qu'à d'autres moments il doit y avoir un étalage plus petit de Gillette. Vous avez une occasion unique dans la vie avec le

Rasoir de Sûreté Gillette



En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant", vous vous assurez un meilleur service.



Les Trois Grandes Raisons pour lesquelles

Les cloisons d'acier pour W. C.

DENNISTEEL

Faites en Canada.

devraient se trouver dans toute école, fabrique, usine industrielle, et bâtiment public, sont qu'elles sont:

- 1.—Incombustibles.
- 2.—Hygiéniques.
- 3.—Immarquables.

Votre construction n'est pas moderne sans cette installation.

NOUS FABRIQUONS EGALEMENT

les articles en acier suivants: Rayons, armoires, meubles, coffres, tabourets, chaises, etc. Fer et bronze ornemental. Articles, commerciaux en fil de fer de tout genre. Ferronnerie générale pour constructeurs.

Halifax,
Montréal,
Ottawa,
Toronto,

Hamilton,
Winnipeg,
Calgary,
Vancouver.

**THE DENNIS WIRE AND IRON
WORKS CO. LIMITED**
LONDON
CANADA



LA PEINTURE PREPAREE "GREEN TREE" BEAU BRILLANT-DURABLE

Composée suivant des formules exclusives, de blanc de plomb, de blanc de zinc, d'huile de lin et de matière colorante, le tout de première qualité.

Demandez notre carte des couleurs, nos prix et escomptes aux marchands.

The Georgia Turpentine Co.

Térébenthine, huile à peinture, blanc de plomb, etc.

2742 RUE CLARKE - - - - - MONTREAL



Notre assortiment considérable de BOULONS A VOITURE et A MACHINE, DE VIS A CARROSSERIE, RIVETS, ECROUS ET RONDELLES (washers), ECROUS CARRES ET HEXAGONES, PEINTURES DE PORTES DE GRANGE ET DE BARRIÈRE AVEC CROCHETS POINTUS, assuré des commandes remplies rapidement et une expédition prompte. NOTRE QUALITE ET NOS PRIX PLAISENT A TOUT LE MONDE.

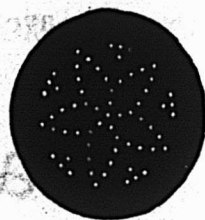
LONDON BOLT & HINGE WORKS

Agences à Montréal
Toronto
Winnipeg
Vancouver

Siège social et fabriques:
623-639 Maitland St.,
London, Canada.

Sièges de chaise.-Faits de trois placages MODELES REGULIERS

Tous les sièges C.V.C. sont faits du meilleur matériel bien collés, d'une jolie forme et troués avec soin; les coins des sièges sont bien arrondis, les bords polis, passés au papier sablé et finis avec du véritable vernis à bancs d'église. Faites venir des échantillons et comparez-les avec ceux de n'importe quelle autre marque.



Canadian Veneering Co., Inc.

ACTON VALE, QUEBEC

Distributeurs: Richardson & Bureau,
55 rue St-Frs-Xavier, Montréal.

La Bougie d'Allumage La Plus Facile à Vendre

De nos jours, ceux qui achètent des bougies d'allumage hésitent rarement. La force de l'habitude leur fait dire "Champion".

Ils savent que le nom de "Champion" sur l'insulateur d'une bougie veut dire qu'ils peuvent compter dessus et que c'est l'assurance d'un service économique, satisfaisant et parfait.



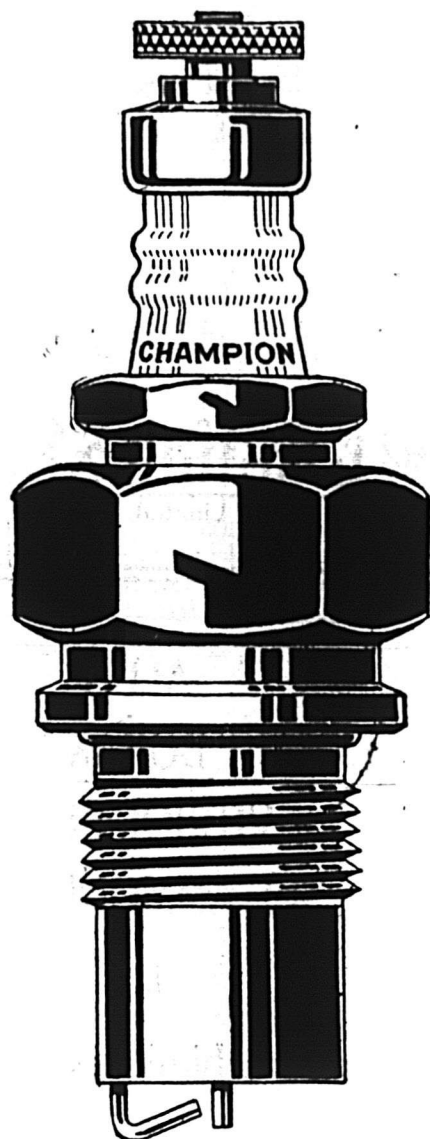
Les Bougies d'Allumage de Confiance

sur lesquelles on peut toujours compter, sont les bougies d'allumage les plus populaires pour toutes les marques d'autos et d'engins.

Notre campagne d'un bout à l'autre du Dominion a créé une demande qui les a rendues les bougies d'allumage les plus faciles à vendre.

Vous ferez encore de plus grosses affaires si vous poussez leur vente, parce qu'elles attirent les clients chez vous.

Tenez votre stock de Champions au complet. Il y a une bougie spéciale pour chaque marque d'auto. S'il manque quelque chose à votre stock, passez une commande à votre courtier sans plus tarder.



CHAMPION AA 53

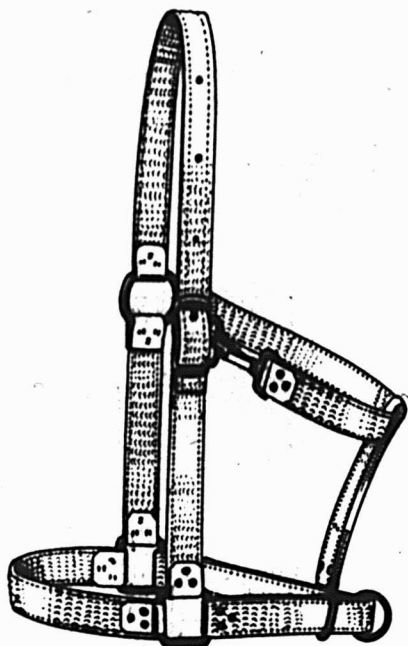
7/8 pce, 18 long. Prix \$1.00.
Pour automobiles McLaughlin,
Tracteurs, Camions et Engins
fixes.

Champion Spark Plug Co. of Canada, Limited

Windsor, Ontario.

La plus grande usine du Canada exclusivement consacrée à la fabrication de bougies d'allumage, et la seule fabriquant des "Champions". 110

Les licous de Sangle Griffith



Ces deux licous en sangle sont splendides pour les usages ordinaires.

Le No 1 à droite est fait en sangle de 1½ pouce avec courroies de gorge et de menton de ¾ de pouce.

La douzaine.....\$6.00

Le No 5 à gauche dans le style à six anneaux avec des sangles brunes fortes de 1¾ pouces, solidement rivées, la couronne renforcée avec du cuir.

La douzaine.....\$7.50



Ecrivez pour avoir le catalogue complet des Spécialités de harnachement de Griffith à

G.L. Griffith & Sons
Limited

"TOUJOURS EN TÊTE"

Stratford, Ont.

ALUN
BORAX
VITRIOL BLEU
SEL AMMONIAQUE
ET

Produits chimiques généraux.

En Stock et Importation

A. C. Leslie & Co., Ltd.

560 Rue St-Paul Ouest,

MONTREAL.

"Sauvez la surface et vous sauvez tout."

1920 sera une année importante pour les marchands de peinture.

En vue d'une plus grande demande de bonne peinture, les sains principes d'affaires démontrent la sagesse d'emmagasiner et de vendre les

PEINTURES et VERNIS
DE

RAMSAY

"Les Peintures et Vernis appropriés pour Peinturer et vernir convenablement."

Ils ont démontré leur valeur depuis 78 ans et ils ont conquis la confiance publique qui leur assure des commandes renouvelées. Spécialisez-vous dans les Produits de Ramsay. Ecrivez-nous.

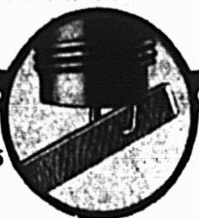
A. RAMSAY & SON COMPANY,

(7) Fabricants de Peintures et Vernis depuis 1842
TORONTO MONTREAL VANCOUVER

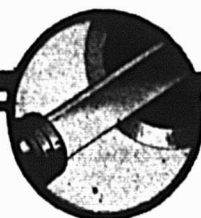
DISSTON

"KLEEN-SPARK"

FILING AND
SETTING POINTS



REMOVING
CARBON



Les bougies d'allumage encrassées par le dépôt du carbone provenant de la combustion de l'huile et du gaz, sont une grande source d'ennui. Elles occasionnent un mauvais allumage et par suite une perte de pouvoir.

Disston, se rendant compte de la nécessité d'un outil compact, complet et efficace pour nettoyer les bougies d'allumage, a inventé le "Kleen Spark". C'est un outil double en une seule pièce, dont un côté est une lime aimantée et l'autre une lame de couteau. Un couvercle pratique s'adapte aux deux extrémités. L'outil fermé n'est pas beaucoup plus grand qu'un crayon.

Grattez le carbone à l'intérieur de la porcelaine avec la lame de couteau. Nettoyez et aigüisez les points avec la lime, remettez ensuite en place en vous servant de l'épaisseur de la lime comme mesure pour avoir la distance convenable entre les points de contact qui fait donner à l'étincelle les meilleurs résultats. Le bout du couteau est biseauté comme un ciseau pour nettoyer les surfaces gommeuses, et huileuses des mécanismes délicats.

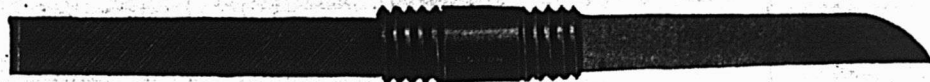
Les automobilistes, les motocyclistes, les fervents du canot automobile, les aviateurs, les fermiers pour leurs tracteurs, les ingénieurs et mécaniciens, en un mot toute personne qui travaille autour d'un moteur, trouve que cet outil répond à un besoin depuis longtemps constaté.

Les outils "Kleen Spark" sont fixés par douzaine sur une attrayante carte d'étalage comme la vignette ci-contre. Ils se sont révélés comme un outil exceptionnellement populaire partout où ils ont été montrés.

Demandez à votre fournisseur de gros ou écrivez-nous pour plus amples informations.

HENRY DISSTON & SONS, LTD
TORONTO, CANADA.

SUCCESSOR: VANCOUVER, C.A.



En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant",
vous vous assurez un meilleur service.

VITRERIE

GENERALE POUR CONSTRUCTION

16 ONCES, 21 ONCES, 26 ONCES, 29 ONCES, 34 ONCES et 39 ONCES

Nous avons aussi en stock ou manufacturons:
glaces, glaces biseautées, miroirs, verre ou-
vrage, plombé ou armé.

Aussi verre à châssis.

Nous pouvons expédier toutes commandes
promptement.

Catalogues et listes de prix gratuitement sur
demande.

Ecrivez, téléphonez ou télégraphiez pour tout
ce dont vous pourriez avoir besoin.

Vitraux RELIGIEUX et COMMEMORATIFS, - - Une spécialité

HOBBS MANUFACTURING

COMPANY, LIMITED

MONTREAL TORONTO LONDON WINNIPEG

PEDLAR'S

Bardeaux "GEORGE"
POUR LA GRANGE

Bardeaux "OSHAWA"
POUR LA MAISON

La Toiture Qui Satisfera Vos Clients.



LES bardeaux, lorsqu'ils sont posés, sont examinés sur leurs quatre faces et sont à l'épreuve de tous les éléments. Ils sont absolument garantis pour être à l'épreuve du vent, de l'eau, et de la tempête sur tout toit ayant une pente minima de 3 pouces au pied. Ils sont faciles à poser et durent toute la vie parce qu'ils sont faits en acier de la meilleure qualité, fortement galvanisé.

Les bardeaux "George" mesurent 24 x 24 pouces et sont spécialement adaptés pour couvrir de grands bâtiments tels que: granges, entrepôts, écoles, églises, etc.

Les bardeaux "Oshawa" ont une surface de couverture de 16 x 20 pouces et sont particulièrement recommandés pour couvrir les maisons. Le modèle standard 660A est d'apparence très-jolie.



The Pedlar Limited

Fondée en 1861

26 Rue Nazareth, Montréal, P.Q.

Siège social et usines: OSHAWA, Ont.

Succursales: Québec, Halifax, St. John, N. B., Ottawa,
Toronto, Winnipeg, Calgary, Vancouver.

Ecrivez pour avoir la brochette des Bardeaux L. P. donnant notre ligne complète de toitures



POSEZ LES FONDATIONS SUR LE TOIT

Les fondations ne sont pas ordinairement posées sur le toit, MAIS —

Une bonne fondation pour votre succès comme marchand de matériaux de construction, peut être construite sur la toiture PAROID NEPONSET.

La PAROID NEPONSET a couvert les toits de milliers de bâtiments dans tout le Canada et a été en service depuis vingt-trois ans. Elle est facile à vendre et avec un bénéfice plus grand, que n'importe quelle autre toiture manufacturée.

LA DEMANDE POUR LA TOITURE PAROID NEPONSET

fait travailler nos vastes usines à leur pleine capacité. Nous avons réussi à fabriquer des matériaux pour toiture qui font des toits attrayants, résistants au feu et durables.

La Paroid NEPONSET est reconnue comme la toiture idéale pour les habitations, les fabriques et les bâtiments de ferme. Fabriquée avec un feutre de chiffon de haute qualité, elle est complètement saturée avec le meilleur asphalte et recouverte de talc gris ou d'ardoise naturelle broyée, rouge ou verte.

Ecrivez pour avoir échantillon et prix, ainsi que notre brochette "Roofing Canada".

BIRD & SON, Limited,

HAMILON, ONTARIO.

Usines: HAMILTON, Ont.

PONT-ROUGE, Qué.

Bureau de MONTREAL: 37 rue St-Antoine.



Table Alphabétique des Annonces

A		Channell Chemical, Couverture 80	Glidden Varnish 23	O
Ames Holden McCreedy 7	Couillard, A. 80	Cle d'Assurance Mutuelle du Commerce 80	Goodyear Tire, 2 p. 24-25	Old City Mfg Co 73
American Pad & Textile 10	Connor & Son 20	Connor Bros 72	Griffith 16	Oneida Community 3
AutoStrop Safety Razor Co. 9	Clark, Wm. 72	Côté & Lapointe 82	Gunns Ltd 70	Ottawa Paint Works Couverture
Aluminum Specialty 6	Commission de l'Exposition de Québec 82	B	Gutta Percha Rubber Co. 32	
Assurance Mt-Royal. 80			H	
B			Hamilton Stove & Heater Co. Ltd 4-5	P
Banque d'Hochelaga. 78			Hurtubise Lté 8	Palmolive 66
Banque Nationale. 78	D		Hébert, L. H. 6	Partridge Tire 29
Barque Provinciale. 78	Dennis Wire 14		Hobbs 18	Pigeon & Lymburner 80
Barnett. 82	Disston Saw 17			Pedlar People 18
Barrett 63	Dom. Cannery Ltd. 71		L	P. Poulin & Cie Ltée 12
Bird & Son 19	Dom. Corrugated Steel Pipe 8		Lewis Bros 27	
British Colonial Fire 53	Dom. Linseed Oil 21		Leslie & Co Ltd 16	
Brodeur, A. 82	Duffy, J.J. & Co. 76		London Bolt 14	
Brodie & Harvie 74			Légaré Automobile & supply Co Ltd Couverture	
Brandram-Henderson. Couverture	E		M	
Burrow Stewart Milne 11	Ecole des Htes Etudes 78		Mathieu (Cie J. L.) 66	R
Butterfield & Co Que. 22	Eddy, E. B. & Co. 76		Maxwells Limited 6	Ramsay & Son 16
Berry Brothers 12			Montbrland, R. 80	Robinson, C. E 8
C			McClary Mfg Co 26	Ruel Limitée, Edouard 34
Canadian Milk Products 75	F		Macdonald, W. C. 69	
Canada Foundries 10	Fairbank Ltd, N.K. 71		Montreal Biscuits Co 74	S
Canadian Postum Cereal. 74	Fontaine, Henri 82		Morrisette, N. 76	Steel Co 30
Canadian Veneering 14			Morrow Screw & Nut Co. 12	Schultz Mfg Co. Ltd. 28
Canadian Nat. Carbon 36	G		McArthur 10	Sherwin-Williams 31
Canadian Salt 66	Gagnon, P. A. 80			Stauntons, Ltd 12
Champion Spark Plug 15	Garand, Terroux & Cie 80		N	Simms & Co. I. S. 70
	Georgia Turpentine 14		National Varnish 35	Still Mfg Co 6
	Gillette Safety Razor 18		Nova Scotia Steel Co 10	Superior Macaroni Co 64
				Stratford Mfg Co 28
				Sun Life 60
				Steel Trough & Mch 10
				Sunbeam Chemical 77
				T
				Trees 61
				W
				Wilt Twist 33

Machines à Laver 'CONNOR'

Ventes Faciles—Gros Profits

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

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

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

NE REMETTEZ PAS A DEMAIN POUR NOUS ECRIRE

FAITES-LE AUJOURD'HUI.

J. H. CONNOR & SON Ltd

Ottawa, Ont.

Notre Machine à Laver "Beaver" à force motrice.





Une Huile De Lin De Confiance Est Essentielle

VOUS POUVEZ AVOIR CONFIANCE

EN LA

Marque Livingston

DEPUIS LE DEBUT, M. JAMES LIVINGSTON, LE FONDATEUR DE CETTE ENTREPRISE, N'A CESSÉ D'APPORTER SA SURVEILLANCE PERSONNELLE A LA FABRICATION DE L'HUILE DE LIN. IL A DEPUIS LORS CONSACRÉ 56 ANNEES D'ETUDE CONTINUELLE A SON DEVELOPPEMENT AVEC UN BUT UNIQUE.

LA QUALITE

LA QUALITE EST LE MOT D'ORDRE DE CHAQUE DEPARTEMENT DES USINES LIVINGSTON. VOS INTERETS SONT MIEUX DESSERVIS SI VOUS INSISTEZ POUR OBTENIR LA MARQUE DE QUALITE.

THE DOMINION LINSEED OIL COMPANY, LIMITED

BADEN

TORONTO

MONTREAL

WINNIPEG

UN PERFECTIONNEMENT DES PLUS PRATIQUES

La filière ajustable "Reece" possède au-dessus de tous les articles semblables l'avantage de pouvoir s'ajuster aisément suivant la dimension du fil désiré.

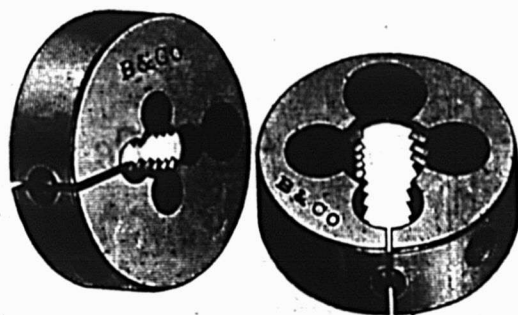
En dehors de cet avantage évident elle possède les qualités de toutes les autres filières sans en avoir les inconvénients.

Sa solidité, sa facilité d'ajustage et sa manoeuvre pratique en font un outil indispensable dans l'installation de tout atelier bien compris.

VOULEZ-VOUS EN FAIRE UN ESSAI ?

Procurez-vous chez votre fournisseur ou directement chez nous une filière Reece. Essayez-la et comparez son travail avec celui d'une autre filière quelconque. Vous constaterez alors la supériorité de la filière Reece.

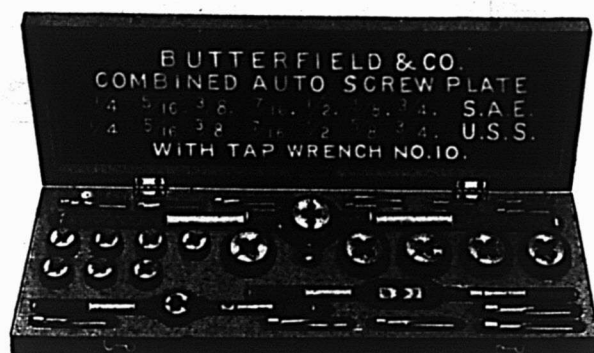
Nous laissons à cet essai le soin de prouver nos affirmations. Procurez-vous une de ces filières indispensables **AUJOURD'HUI**.



Coussinet ajustable.



Série de tarauds et Coussinets Derby No 102.



Série Derby spéciale combinée pour auto.

Demandez notre dernier catalogue Numéro 18

BUTTERFIELD & CO. Inc.,

ROCK ISLAND, (P. Q.),

CANADA.



En demande tout le long de l'année

Le fini clair de Glidden pour les murs est un produit qui est en demande tout le long de l'année. Il vous vient en aide pendant les mois où vos ventes se ralentissent. Il permet de réaliser des bénéfices pendant chaque mois de l'année.

Tout comme les autres produits de Glidden, ce fini clair pour murs établit un nouvel étalon de qualité réelle. Il ne perd pas son ton doux et riche par de fréquents lavages. Le fini clair de Glidden pour les murs se fait en blanc ainsi qu'en quatorze nuances délicates. C'est un fini des plus satisfaisants pour le plâtre rugueux ou uni, de même que pour les surfaces en bois, en tissu, en métal ou en planches à mur.

La méthode de la Compagnie Glidden d'annoncer "TOUT LE LONG DE L'ANNEE" garde présente à l'esprit des clients la question de peinture chaque mois de l'année. Faites une provision des produits de Glidden dès maintenant et prenez votre part de ces affaires. Ecrivez pour avoir notre proposition aux marchands.

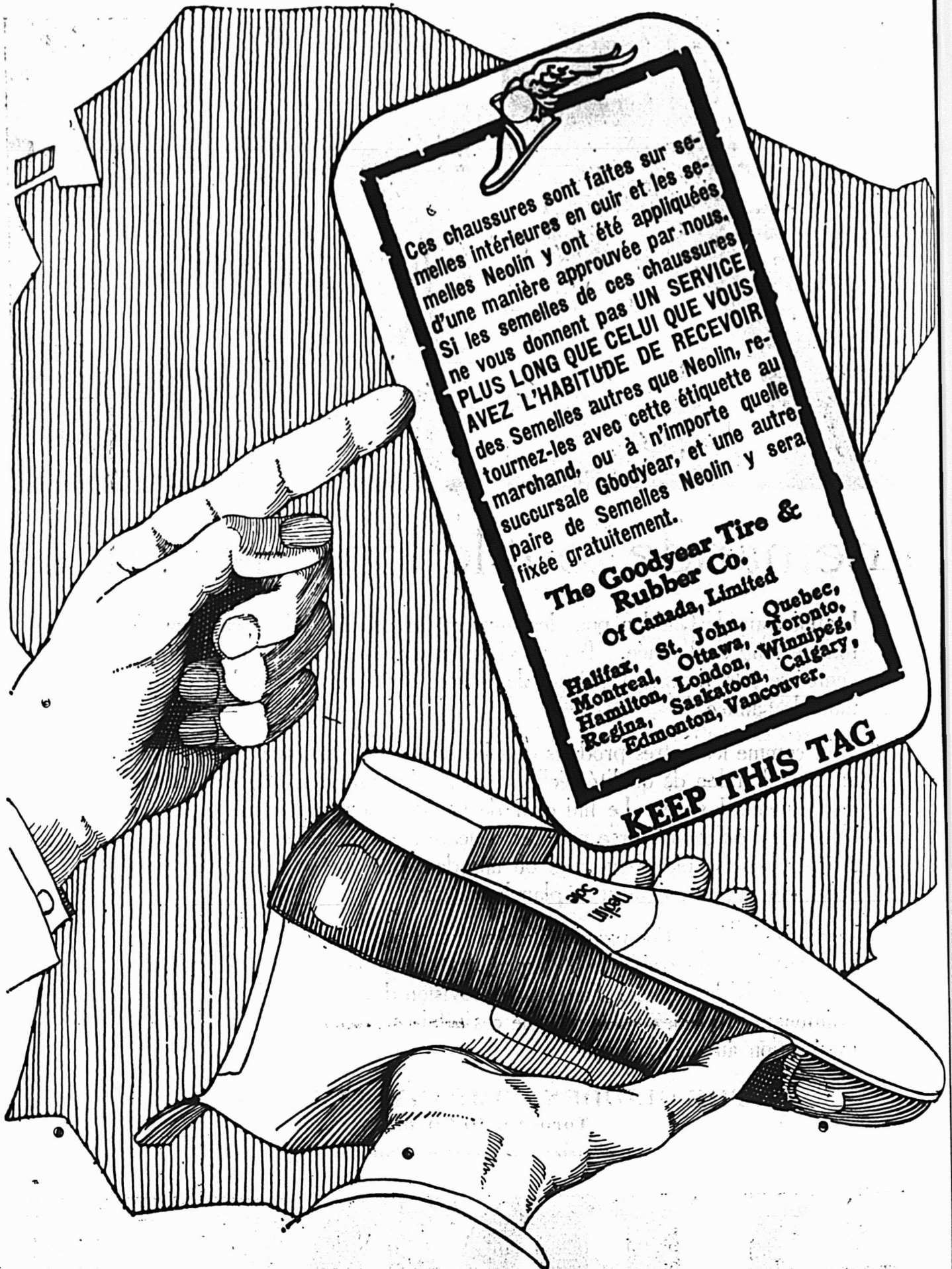
THE GLIDDEN COMPANY, LIMITED
Toronto, Ontario.

Succursales à Montreal et Winnipeg

GLIDDEN

EVERYWHERE ON EVERYTHING

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant", vous vous assurez un meilleur service.



GOOD YEAR
MADE IN CANADA

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant",
vous vous assurez un meilleur service.

Nous sommes responsables vis-a-vis de vos clients de l'usage de ces Semelles

Vous pouvez maintenant donner à vos clients des semelles avec **UNE GARANTIE ECRITE** de durée.

Des chaussures avec semelles **GARANTIES SURPASSER EN DUREE** tout autre genre de semelle.

Lisez l'étiquette de garantie de la Semelle Neolin sur la page opposée. C'est la plus forte garantie que nous puissions écrire. Elle donne à vos clients, en noir sur blanc, notre confiance dans les semelles Neolin. Elle laisse sur nos épaules toute la responsabilité de la qualité de la Semelle Neolin. Elle enlève immédiatement de

l'esprit de votre client toute question d'usage de la semelle—parce que si les semelles ne durent pas, le client en a une paire neuve gratis.

La vente facile des chaussures portant une garantie de ce genre est évidente. Voyez à ce qu'une partie convenable de votre stock ait des Semelles Neolin, avec la garantie de la Semelle Neolin attachée à chaque paire.

Notre Département de Semelles et Talons se fera un plaisir de vous donner les noms des fabricants qui sont pourvus de la garantie de la Semelle Neolin.

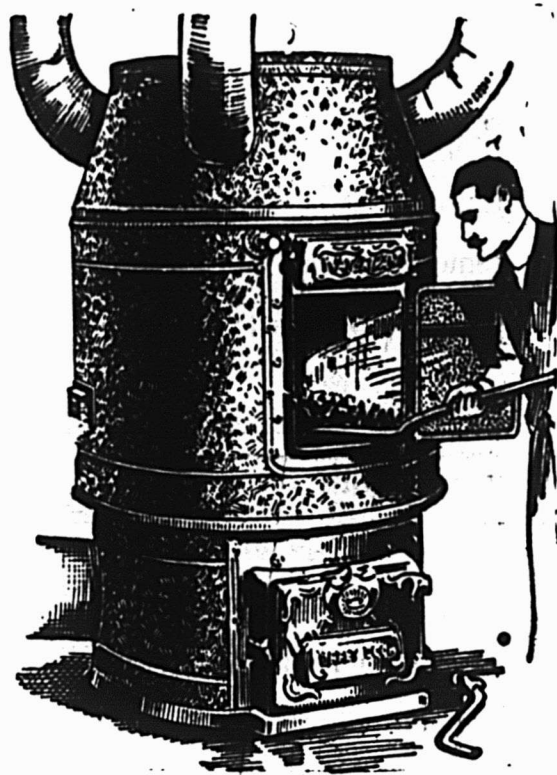
The Goodyear Tire and Rubber Co., of Canada, Limited

TORONTO, - ONTARIO.

neolin Soles

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant",
vous vous assurez le meilleur service.

Assure une chaleur constante pendant tout l'hiver



RAREMENT un client est plus particulier sur la qualité d'aucun objet de son intérieur qu'il ne l'est sur celle de sa fournaise.

LORSQU'IL entre dans un magasin pour acheter une fournaise, il est uniquement influencé par son aspect solide et la réputation de confiance de la maison qui la fabrique.

SI c'est une fournaise SUNSHINE, il reconnaît immédiatement que c'est un appareil de chauffage qui lui assurera une distribution égale et économique de chaleur dans toute sa maison pendant tout l'hiver. Et lorsqu'il connaît la réputation de la maison qui la fait—qu'il sait que cette maison est la plus grande et

la plus prospère de son genre dans tout l'Empire Britannique, la tentation d'acheter devient doublement forte.

LÉ marchand qui tient les fournaises Sunshine se plaint rarement d'un ralentissement d'affaires.

Une Sunshine se vend par ses qualités qu'aucune autre fournaise ne peut se vanter d'avoir.

The McClary Manufacturing Company

23 Rue Wellington

::

Montréal

La QUESTION de L'ACHAT

EST CHOSE PRIMORDIALE DANS TOUT COMMERCE, MAIS SURTOUT DANS CELUI DE QUINCAILLERIE.

La diversité des lignes qui composent cette branche commerciale rend le travail d'achat difficile et exige une connaissance très approfondie du marché.

Nous pouvons vous aider à faire vos achats et à faire de bons achats.

Nous mettons à votre disposition :

Notre stock des plus importants,

Notre personnel expérimenté

Notre service rapide de livraison.

Faites de notre Catalogue votre aide-mémoire; Vous y trouverez les articles qui répondent à vos besoins et vous n'aurez qu'à vous y référer pour nous envoyer votre commande.

Que vous soyez déjà un de nos clients ou non, télégraphiez-nous, téléphonez ou écrivez pour nous faire savoir ce dont vous avez besoin, nous ferons tout en notre pouvoir pour vous donner satisfaction.

LEWIS BROTHERS, Limited

20 rue Bleury

∴ ∴

MONTREAL

TELEPHONE: MAIN 5102

Les Brûleurs "CORRECT"

pour Lampes et Lanternes

donnent 25% à 50% plus de lumière que tout autre brûleur.

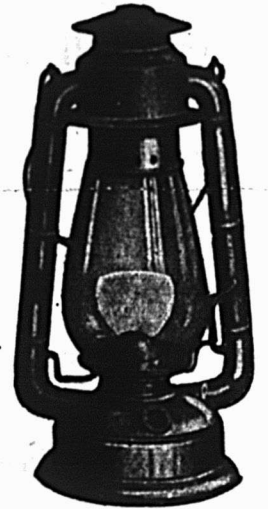
La flamme que donnent ces brûleurs est meilleure et plus blanche.

Donnez une commande d'essai à votre fournisseur de gros. Nous sommes persuadés que vous en serez satisfait et que vos clients apprécieront les avantages de ces brûleurs.

Nous fabriquons aussi les brûleurs "Queen Mary" et "Dominion".



Reproduction photographique montrant la flamme du bec de lampe "Correct" B ou No 2



Reproduction photographique de la flamme du Brûleur Correct, No 2, pour Lanterne.

**The Schultz Manufacturing Co.,
LIMITED**

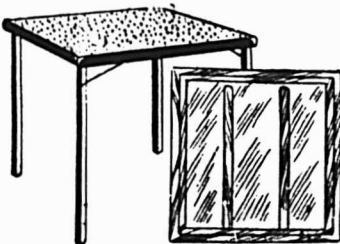
HAMILTON, ————— CANADA

Donnez-nous le nom de notre marchand de gros et nous vous enverrons un échantillon.

Il n'est pas trop tard encore

pour faire de bonnes affaires d'été en meubles de jardin.

Nous pouvons expédier le jour même de la réception de la commande n'importe lequel des articles reproduits ci-dessous. Télégraphiez vos commandes à nos frais si la demande est urgente. Les prix sont nets.



No 51. TABLE PLIANTE
Dimension du dessus 30 x 30.
La douzaine \$48.00.
Dessus en feutre ou leatherette.



No. 0. BANC DE JARDIN.
Monture rouge,
longueur 3½ pieds,
La douzaine \$28.00.



BARRIERE DE VERANDA
La douz
No. 67 s'ouvrant à 3 pieds, \$22.50
No. 68 s'ouvrant à 5 pieds, \$27.50
No. 69 s'ouvrant à 7 pieds, \$32.50



FAUTEUILS DE PELOUSE

- No. 17. Semblables à la vignette, la douz. \$32.00.
No. 18. Avec appuie-pieds, la douz. \$42.00.
No. 16. Sans bras ni appuie-pieds, la douz. \$28.00.



No. 15. CHAISE DE CAMP
la douz. \$12.00.

- No. 41. LIT DE CAMP.
6 pieds de long, se plie comme indiqué sur la vignette, la douz. \$68.00.
No. 41. Modèle semblable, mais ne se pliant pas aussi bien, la douz. \$55.00.



Nous fabriquons également des escabeaux et échelles à coulisses, planches à repasser, supports de vêtements, tables de bibliothèques, paravents, chaises pliantes.

Demandez le catalogue 0

The Stratford Mfg Co, Limited, Stratford, Ontario.

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant", vous vous assurez un meilleur service.

Cord or Fabric.

Ausujetdesmeilleurspneus

Avant de mettre en stock d'autres pneus, rappelez-vous ceci: La demande pour les pneus Partridge a augmenté de plus de 1700% depuis deux ans et demi.

Notre immense usine a été portée à plus du double de son ancienne capacité et elle est reconnue aujourd'hui comme une des fabriques les plus modernes du continent, et elle est à même de faire des expéditions rapides.

Les ajustements sur les pneus Partridge n'ont pas atteint un demi pour cent.

Les pneus Partridge ont été reconnus pour faire plus de 7,000 milles et demeurer pratiquement aussi bons que neufs. Chaque pneu est garanti par nous au maximum et nous dépensons chaque année un montant considérable en publicité pour aider nos détaillants à faire des ventes.

Ces faits et bien d'autres encore nous permettent de déclarer que les pneus Partridge ont prouvé leur mérite aussi bien pour le marchand que pour le consommateur, en procurant au marchand des ventes rapides et en offrant au consommateur une longue durée exempte de l'ennui des accidents de pneus.

N'hésitez jamais à recommander les pneus Partridge — Ils justifient toutes nos prétentions.

THE P. E. PARTRIDGE RUBBER CO., LTD

GUELPH, ONTARIO.



PARTRIDGE TIRES

Game as Their Name

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant", vous vous assurez un meilleur service.



Blanc de Plomb

Marque Tiger

Le bon blanc de plomb forme la base de toute bonne peinture qui est le plus efficace de tous les protecteurs de surface. Ceci est également vrai pour les peintures pour l'intérieur ou l'extérieur. Leur durée dépend absolument du plomb.

Le blanc de plomb pur "Marque TIGER", portant le cachet de pureté du Gouvernement, a été le premier choix des peintres du Canada depuis plus de cinquante ans. Il est de qualité uniforme, exempt de toute substance cristalline et est toujours équivalent à l'étalon garanti de qualité.

Chimiquement pur, moulu dans l'huile de lin raffinée, il ne pèle ni ne craque jamais, préserve le bois et évite le plus longtemps possible l'obligation de repeindre.

Emballé en barils métalliques de 12½, 25, 50 et 100 lbs, ainsi qu'en barils de bois dur de 500 livres.

FABRIQUE PAR

The
STEEL COMPANY
OF CANADA

Limited

Hamilton - - Montreal





*C'est une
chose importante
que d'être un agent*

de

Sherwin - Williams

L'agence S-W ajoute au prestige de tout marchand, parce que la qualité des peintures et vernis S-W est connue dans le monde entier.

Les produits S-W sont avant tous autres les meilleurs qu'on puisse trouver pour tout usage où la peinture et le vernis sont nécessaires.

LA QUALITE DES MARCHANDISES JOINTE A UNE BONNE PUBLICITE, telle est la combinaison idéale que vous offre l'agence S-W.

Pourquoi ne pas vous renseigner? Une demande par carte postale à nous adressée vous permettra d'avoir des détails complets par le retour du courrier.



THE SHERWIN-WILLIAMS Co.
of Canada, Limited

PAINT, VARNISH & COLOR MAKERS
LINSEED OIL CRUSHERS



FACTORIES: MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG, LONDON, ENG.
OFFICES & WAREHOUSES: MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG, CALGARY, VANCOUVER, HALIFAX, N. S.,
LONDON, ENG.

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant",
vous vous assurez un meilleur service.

PNEUS "GUTTA PERCHA"

"Meilleure Satisfaction"

Les ventes de "Gutta Percha" ont grandement augmenté cette saison. Ce n'est pas accidentel—nous nous y attendions. Notre souci constant est de produire des pneus meilleurs — et non pas nécessairement plus de pneus. Ce qui confirme que nos espérances sont réalisées, c'est la satisfaction qu'éprouvent les automobilistes.

Si vous ne vendez pas

Les Pneus

"Gutta-Percha"

vous manquez une grande opportunité.

Les automobilistes regardent d'un bon oeil le marchand qui offre

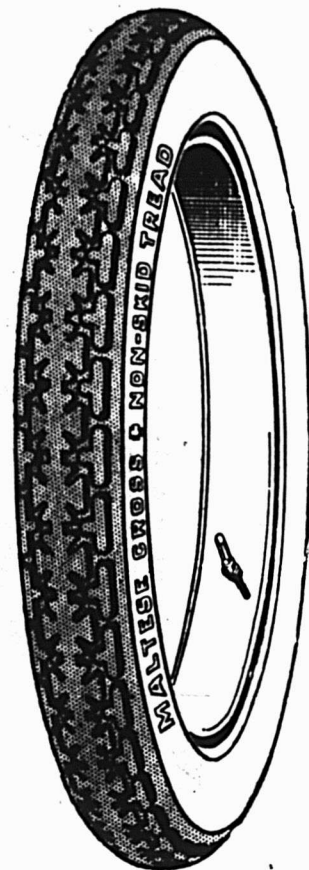
"LES PNEUS QUI DONNENT SATISFACTION"

Rangez-vous parmi les marchands de "Gutta Percha"

Gutta Percha & Rubber Limited

Siège Social et Manufacture: TORONTO.

SUCCURSALES DANS LES PLUS GRANDES VILLES DU DOMINION.

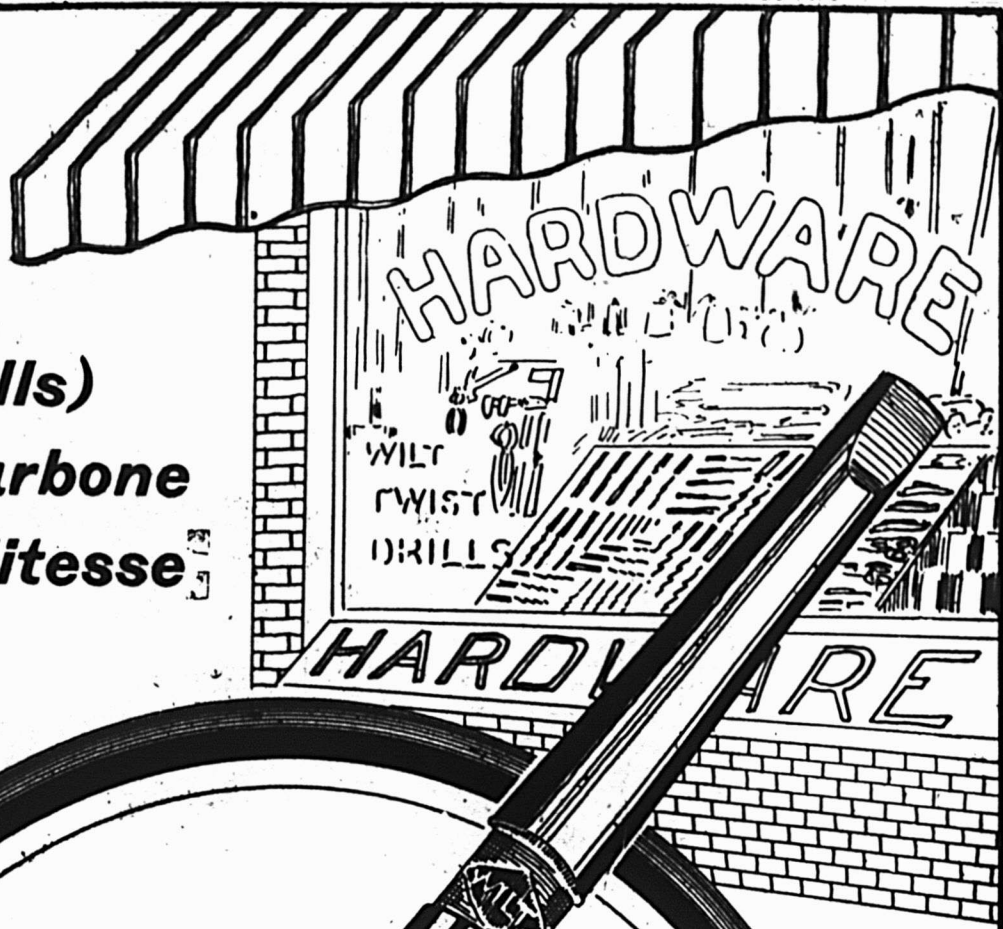


Pneu antidérapant
Empreinte
"Croix de Malte".

**Dans votre
Magasin**

**Mèches (Drills)
Torses au Carbone
et à Haute Vitesse**

WILT



Pour la qualité, le fini et le service pratique, les mèches WILT sont au premier rang par le service excellent qu'elles donnent dans les diverses industries, non seulement au Canada, mais encore dans presque tous les pays alliés.

Pour assurer la satisfaction, la compagnie WILT donne à ses clients tout le bénéfice du doute sans aucune question ni protestation.

C'est là une autre preuve du service WILT, de la coopération avec le marchand et de la confiance dans ses produits. Vendez les produits WILT.

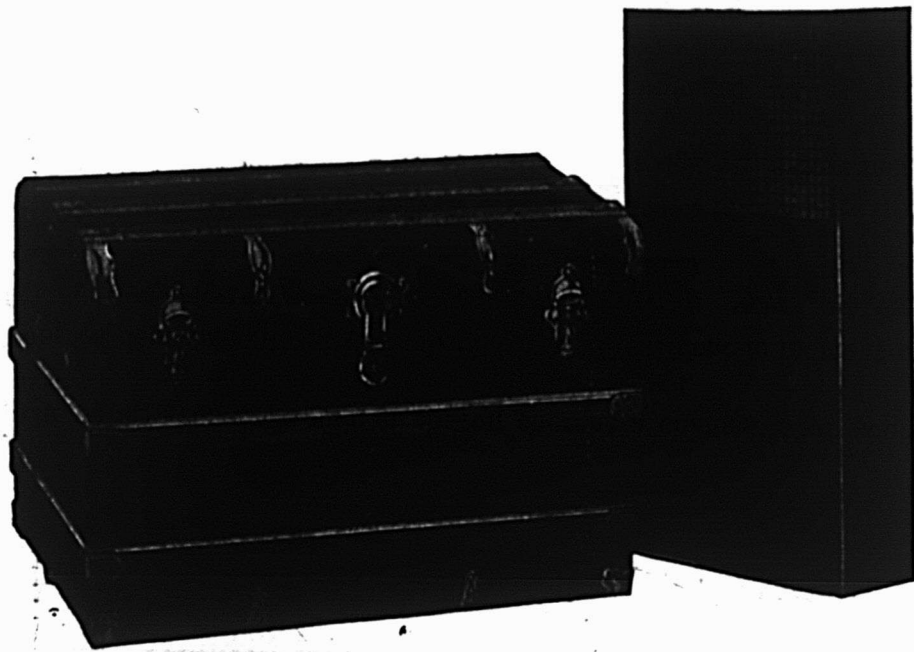
"Où il y a une Wilt—le travail est bien fait".

**WILT TWIST DRILL CO.
OF CANADA, LIMITED**

WALKERVILLE, - ONTARIO.

Bureau de Londres: Wilt Twist Agency,
Moorgate Hall, Finsbury Pavement,
London, E.C., 2, Angl.

La saison des voyages bat son plein !



La chaleur chasse les gens de la ville et chacun cherche à changer d'air pour se délasser des fatigues de l'année.

C'est l'époque des déplacements et des villégiatures. C'est donc le moment où

LES ARTICLES DE VOYAGE sont le plus en demande

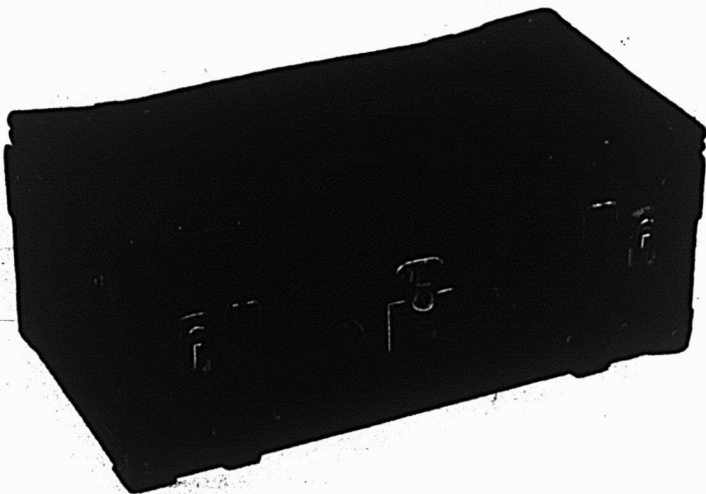
Ne vous laissez pas prendre au dépourvu et mettez en stock un assortiment complet de ces articles.

Nous manufacturons tout ce qui est nécessaire pour le voyage: malles, valises, sacs à main, rousses de toilette, nécessaires, etc.

La qualité de ces différents articles est absolument garantie, malgré nos prix modérés.

Nos produits ont d'ailleurs acquis une réputation méritée de qualité et nous pouvons vous assurer qu'ils donneront satisfaction aussi bien à vous-même qu'à votre clientèle.

Sur demande, nous nous ferons un plaisir de vous donner notre catalogue avec liste de prix.



Edouard Ruel, Limitée

MANUFACTURIERS

Lauzon, Lévis, P. Q.

LES PRODUITS NA-VAR-CO

Augmenteront vos profits

La peinture préparée à la Créosote est destinée à être la matière principale dans votre département de peintures. Elle est amplement annoncée et une large et immédiate demande est assurée.

LAURENTIENNE

La Peinture préparée à la Créosote

donne la meilleure protection à toute surface en bois, etc., soit contre la pluie, le soleil, le froid. Elle protège le bois ainsi que l'écorce protège l'arbre. Elle est donc un protecteur naturel du bois. C'est une peinture et non une teinture.

TEMOIGNAGES DE PREMIERE QUALITE.

J. T. DONALD & Co.

Chemical Engineers, Consulting Chemist, Etc.

Montréal, 24 juin, 1920.

National Varnish Co., of Canada, Ltée, Montréal.

Messieurs:—

Nous avons examiné soigneusement l'échantillon de la peinture Laurentienne Créosote avec les résultats suivants:—

Les ingrédients qui composent cette peinture sont d'une qualité excellente. Le composé de l'huile de créosote est d'une telle proportion et caractère chimique qu'il donne des propriétés préservatives et rares à la peinture et rend à la surface beaucoup plus de protection que si vous appliquiez une peinture ordinaire.

A l'égard de l'épreuve du temps et des qualités durables, cette peinture a résisté à des conditions adverses d'une manière exceptionnellement satisfaisante. Les essais ont été poursuivis avec beaucoup d'attention pour une période de temps prolongé.

C'est notre opinion qu'avec des précautions ordinaires, votre peinture Laurentienne Créosote, comme l'échantillon que vous nous avez soumis, soutient votre prétention qu'elle est hautement satisfaisante comme une peinture préservative pour le bois.

Vos tout dévoués,

J. T. DONALD & Co.

(Signé) R. M. MacLean.

ALEX. McARTHUR & Co., LIMITED

MONTREAL.

23 juin, 1920.

National Varnish Co., of Canada, Ltée, Montréal.

Messieurs:—

En référence à votre peinture Laurentian Creosote Mixed, vous devez vous rappeler que j'ai peinturé ma maison de campagne à Strathmore, Qué., il y a six ans avec le même produit que vous manufacturez maintenant.

Pendant ce temps la peinture et le bois ont été constamment observés. Je suis content de vous dire que les deux sont encore en conditions parfaites.

D'après mes appréciations je suis convaincu que la qualité et la durabilité de la peinture Laurentian Creosote Mixed sont supérieures à n'importe quel autre produit sur le marché.

Je n'hésite pas à recommander cette peinture à tous nos amis et clients.

Bien à vous,

(Signé) J. M. G. LOCKERBY,

Alex. McArthur & Co., Limited.

Ecrivez pour avis à votre marchand. Il vous montrera comment vous pourrez obtenir des plus grands profits en vous servant des produits Na-Var-Co.

La Compagnie Nationale de Vernis du Canada Limitée
369 RUE CRAIG OUEST, Montréal.



Ecoulement plus rapide? Pourquoi Eveready--Evidemment

Dix à douze fois par an en moyenne se fait le roulement du détaillant sur les lampes de poche "Eveready" et les batteries Tungsten.

C'est là un énorme argument pour tenir cette ligne complète de toute saison, et pour l'exposer en évidence dans vos montres et vitrines, car aucune autre ligne n'a une vente tout le long de l'année pour les lampes de poche.

La grande question de renouvellement donne à l'Eveready l'avantage sur toute marchandise, car l'acheteur d'aujourd'hui d'une Eveready Daylo est un futur acheteur de batteries Tungsten Eveready—renouvellements

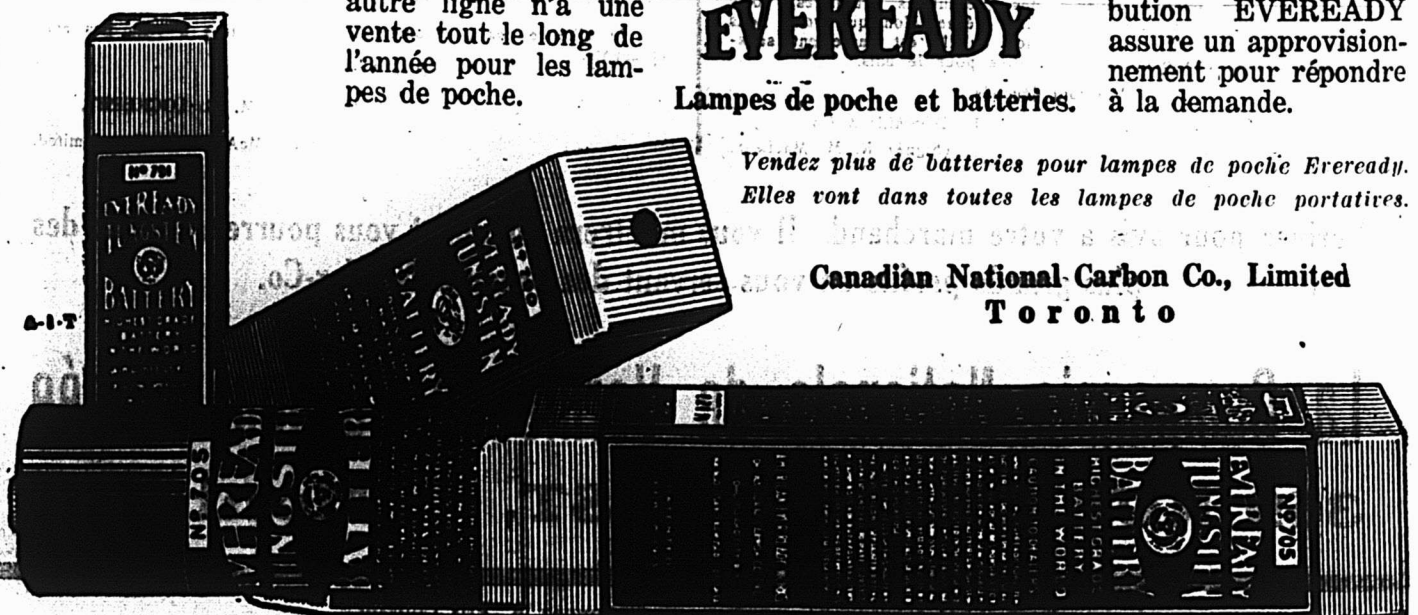
qui font accroître les bénéfices. La distribution EVEREADY assure un approvisionnement pour répondre à la demande.

EVEREADY

Lampes de poche et batteries.

Vendez plus de batteries pour lampes de poche Eveready. Elles vont dans toutes les lampes de poche portatives.

Canadian National Carbon Co., Limited
Toronto



En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant", vous vous assurez un meilleur service.

LE PRIX COURANT

Journal Hebdomadaire

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publication des Marchands-Détaillants
du Canada, Limitée,

Téléphone: Main 8272

MONTREAL.

Bureau de Montréal: 198 rue Notre-Dame Est.

ABONNEMENT { Canada \$3.00
Etats-Unis \$3.50
Union postale \$4.00 }

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

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.

Toute année commencée est due en entier.

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 du Prix Courant.

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

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondée en 1887.

MONTREAL, vendredi 13 août 1920

Vol. XXXIII—No33

Les Endroits de Villégiature et les Détaillants

Les endroits de villégiature sont en général une source de profits très appréciables pour les marchands qui savent prendre la manière voulue pour attirer cette clientèle estivale dont les besoins naissent de l'oisiveté dans laquelle elle se trouve.

Prenez par exemple le petit village perdu dans une montagne du nord. La population permanente s'y chiffre à quelques centaines d'habitants, seulement l'activité y fait totalement défaut pendant la saison froide, le commerce y est des plus minimes, les hôtels y sont fermés, l'aspect de la bourgade est morne et triste. Viennent les chaleurs voici que les trains de la gare la plus voisine déversent chaque jour des citadins embarrassés de malles et de sacs et qui avides d'être en villégiature font l'assaut des autos et des voitures qui les transporteront à l'hôtel, à la maison de pension, au camp ou au bungalow où ils comptent passer des jours de paresse reposante ou de sport reconstituant. Et voilà que le petit village insignifiant s'anime, se garnit de promeneurs, se peuple de rire, se revêt de gaieté. Examinez de près ces gens qui vont et viennent en devisant joyeusement, suivez-les quelques instants et vous verrez qu'ils ont dans cette campagne accueillante, une toute autre mentalité que celle qui règne à la ville. Ils ont l'esprit de "villégiature"; ils sont là pour se reposer, pour s'amuser, pour dépenser, sans nul souci d'affaires, sans nulle pensée de mesquinerie ou de lésinerie. Ce n'est pas tous les jours qu'on prend une vacance, on n'est pas pour se priver, on y va largement. Mais dirait-on, tous ces gens avant de prendre leur train et de boucler leurs malles ont magasiné de longues heures à la ville en prévision de l'absence tant attendue et se sont nantis de

tout ce dont ils ont besoin, du nécessaire et du superflu. Pour peu qu'on soit un tantinet psychologue, qu'on sache promener des yeux observateurs sur cette population flot-tante on a tôt fait de découvrir que ces braves villégiateurs à défaut d'avoir des besoins réels se créent des besoins illusoire qu'ils cherchent à satisfaire à tous instants, invitant même les personnes de leur entourage à profiter de l'aubaine et à faire un tour chez le marchand de la place, histoire de passer le temps.

Elles sont fréquentes ces visites, elles sont joyeuses, elles sont toutes semées d'étonnements amusants. On jette les yeux à droite, à gauche, on examine d'un regard intéressé le modeste magasin et l'on s'émerveille: "Tiens vous avec ceci!—Tiens vous avec cela!—Faites donc voir!—Combien?—C'est surprenant c'est moins cher qu'en ville!—Et l'on achète, tenté par la vue, encouragé par le prix.

Et puis il y a les enfants très insupportables. Il n'y a rien de plus insupportable que des enfants en vacances. "Maman donne-moi de l'argent, tu m'en a promis. J'ai vu un beau canot-souvenir.—Non, tu n'en auras pas, je t'en ai donné déjà hier." Mais l'enfant se fâche; le papa intervient, en cachette il donne, il donne avec plus de plaisir, dirait-on, parce qu'on lui a défendu d'être faible et de se laisser attendrir. Il n'y a rien de plus malléable qu'un papa en vacance et des malicieux d'enfants le savent bien, et ils en profitent!

Parlerons-nous des demoiselles? Etonnons-nous les gens en disant qu'elles engloutissent délicatement deux boîtes de chocolats par jour? Les amoureux ont besoin

La Meilleure
Cigarette
@ 15¢

"Le Succès du Jour"
CIGARETTES
MILLBANK

Elles
rapportent
de bons profits

d'avoir le porte-monnaie bien garni pour satisfaire quotidiennement à leurs caprices. Et en villégiature, c'est à qui sera le plus aimable, à qui conquerra le plus de sourires, on n'a que cela à faire, c'est un jeu, c'est un sport. Parfois quand elles sont courageuses, et elles veulent faire semblant de l'être, ces demoiselles et ces dames tricotent; elles tricotent même avec furie tout en faisant cercle pour parler en bien ou en mal de leur prochain. Et l'on va chez le marchand chercher les pelotons de laine aux couleurs pastel qui feront les délicieux chandails indispensables à la toilette du matin à la campagne.

Il faudrait être d'une ignorance absolue des mœurs d'aujourd'hui pour ne pas savoir que le péché mignon de nos jolies contemporaines est la danse. On danse tout le temps, le matin, l'après-midi, le soir, on danse partout avec entrain, avec ferveur, avec passion; c'est la moitié de la vie, à moins que ce ne soit la moitié de la mort, car c'est devenu une maladie grave. Les marchands de ces campagnes privilégiées aux sites inviteurs ont diagnostiqué tout de suite cette maladie du siècle et ils ont guéri le mal par le mal. "Vous voulez danser, mes belles demoiselles, eh bien dansez, voici une petite salle à côté de mon magasin, j'y ai fait poser un plancher très glissant à votre intention, j'y ai même joint un orchestre (oh! un modeste phonographe qui joue des valses, des one-step, des two-step, etc.) Venez! Venez! Quand vous voudrez!" Et l'on veut. Le matin, on s'apostrophe: "Hello Berthe! Hello Léa! Venez vous faire un tour chez le père Untel" (c'est le marchand à la salle de danse dont il s'agit) On dit cela tout comme on téléphonerait en ville à une demoiselle: Voulez-vous aller ce soir au théâtre ou au cinéma? Avant d'entrer dans la salle, bien entendu, on passe devant le comptoir, on achète des friandises, des fruits, des cartes-postales, on boit des bouteilles de cidre ou de ginger ale; on fait marcher le phonographe-orchestre, on danse; on revient au comptoir, on reprend quelque chose. Quel mouvement est créé de la sorte; on ne le croirait pas! Et pourtant rien n'est plus vrai et nous connaissons des marchands qui chaque été font de véritables petites fortunes en flattant ce goût de la jeunesse moderne et en faisant de leur magasin des endroits où l'on danse. Comme tout le monde s'y porte au moins une fois par jour, souvent deux et trois fois, c'est une infinité de ventes qui se font car nul n'entre dans le magasin accueillant, rendez-vous de joie, sans acheter quelque chose.

Evidemment tous les magasins de villégiature ne peuvent être des salles de danse, mais tous les marchands de ces petits villages gratifiés des plus beaux dons de la nature peuvent et doivent avoir le sourire engageant, l'amabilité facile et recevoir les étrangers de passage non pas comme des gens qu'on a la chance d'exploiter, mais comme des clients à bien traiter, des personnes aimables qui se font un plaisir d'encourager l'endroit et qui ne regardent pas à laisser aux magasins de leur villégiature quelques parcelles de leur opulence.

EVITONS DE NOUS LANCER DANS DE NOUVELLES ENTREPRISES

Ce n'est pas le moment de diviser nos efforts.

Il semble qu'il y ait depuis quelque temps épidémie de sociétés nouvelles, désir violent de la part de certains hommes d'affaires d'entrer dans des entreprises en formation et d'appuyer de leurs noms avantageusement connus les demandes de souscription de capital qui pleuvent sur le public lecteur de nos grands quotidiens.

On peut se demander si ces hommes réputés qui ont pour la plupart des entreprises florissantes qui leur sont personnelles ou dont ils sont la tête n'agissent pas un peu imprudemment en se lançant dans de pareilles aventures financières et en servant de pancarte alléchante aux petits capitalistes auxquels ces compagnies en formation s'adressent pour obtenir leur capital.

Loin de nous la pensée de sous-entendre que ces compagnies sont destinées à fournir une carrière éphémère ou mouvementée; elles ont peut-être autant de chances de réussite que d'insuccès, mais nous nous demandons si les hommes d'affaires bien notés sur la place qui y laissent figurer leur nom comme base ne se font pas un tort personnel appréciable en divisant leurs efforts, et si leur crédit ne se ressent pas de cette diffusion de leurs énergies et de leurs occupations.

A l'heure actuelle, alors que le commerce et l'industrie ont besoin d'hommes qui se spécialisent pour lutter contre la situation de plus en plus difficile qui se manifeste dans notre rouage économique national, il importe que chacun tienne sa place et concentre ses attentions aux choses établies en évitant d'éparpiller ses capitaux, son expérience et sa science à la poursuite hasardeuse d'entreprises dont le besoin, se fait plus ou moins sentir. Ce n'est pas au moment où le pays éprouve un véritable malaise économique et où le commerce se demande avec anxiété si l'heure démoralisante de la baisse des prix a sonné qu'il convient de se lancer dans des formations de compagnies qui pourraient dans certains cas amoindrir à leur profit la vitalité d'institutions anciennes qui ne vivent pas de routine, mais bien du travail assidu de ceux qui en sont les chefs. Depuis le commencement de la guerre nos institutions nationales ont fait de gros progrès, nos maisons de commerce se sont développées considérablement; elles ont eu, ces dernières années, des débouchés ouverts de tous côtés pour leurs produits; aujourd'hui la situation est plus tendue; la concurrence a repris ses droits, il faut batailler ferme pour se maintenir et ne pas reculer; les banques ont restreint les crédits, il faut donc garder le plus de disponibilités monétaires possibles pour faire face aux nombreuses obligations; il faut s'occuper plus sérieusement de ses affaires pour ne pas les pérorer. Et c'est à ce point de vue que nous nous plaçons en jetant le cri d'alarme en voyant se multiplier les formations de compagnies et des gens d'une réputation éprou-

vée et d'un succès connu prêter leur concours à ces tentatives qui ne paraissent pas venir à leur heure et qui risquent d'ajouter un élément d'incertitude et de démoralisation à la situation difficile présente.

o

IL FAUT IDEALISER LE COMMERCE, DIT SIR GEORGE FOSTER

Lundi dernier, Sir George Foster, ministre du commerce, a prononcé un chaleureux discours devant les délégués à la conférence de la presse impériale. Il parla du commerce et de l'immigration entre les colonies de l'Empire.

Il demanda d'idéaliser le commerce, ajoutant que le temps était venu de servir les propres besoins de sa nation propre plutôt que d'emcombler les marchés dans le seul but de réaliser un plus gros profit personnel. Sir George Foster a été très applaudi.

Le ministre du Commerce dit l'essor que le Canada a su donner au commerce en établissant des préférences qui ont eu leur heureuse répercussion dans tout l'Empire. Beaucoup de traités de préférence ont été conclus depuis 1879 et le dernier est le traité avec les Antilles anglaises. Le Canada a établi le principe de préférence.

Non seulement l'échange de commodités a été établi par le commerce, mais ce dernier a aussi permis l'échange d'immigration de peuples intelligents et entrepreneurs. Depuis cinquante ans les îles britanniques ont fourni au monde entier les meilleures intelligences et les meilleurs caractères qui ont contribué au développement universel. La proportion qui a émigré dans les colonies de l'empire a contribué à rehausser le prestige de la race britannique. Mais la plus grande partie de cette émigration s'est portée en pays étrangers et elle n'a pas peu contribué à renforcer les ouvriers allemands contre l'Empire britannique. Il n'était certainement pas juste de demander la plus grande part de cette émigration pour les colonies, mais il était juste de demander que ces colonies reçoivent le premier appel.

Le commerce doit être idéalisé. Dans sa forme primitive d'échange entre voisins par l'entremise d'agents nécessaires, le commerce n'a été qu'au bénéfice du genre humain. L'idée de service, plutôt que celle de dividendes, doit maintenant devenir la pensée principale du commerce. L'approvisionnement des marchés qui ont le plus besoin et non de ceux qui présentent le plus haut profit personnel, doit être aujourd'hui l'objet du commerce. Servir sa propre nation est le seul cours naturel à suivre par le commerçant.

Sir George Foster a reçu une ovation après son discours. Lord Burnham, président de la conférence, l'a vivement remercié et il a ajouté que les journalistes réunis peuvent posséder ce pouvoir dont il a parlé.

LES BANQUES ET LE DEVELOPPEMENT DU COMMERCE EXTERIEUR

Les Banques canadiennes jouent un rôle beaucoup plus considérable que nombre de gens ne se l'imaginent dans le développement et l'expansion du commerce étranger que le Canada a acquis pendant la guerre! Partout où notre commerce extérieur a pris pied, les grandes institutions bancaires du Canada n'ont pas été lentes à s'y établir elles-mêmes et à procurer toutes les facilités voulues pour promouvoir et étendre les affaires.

Cette coopération efficace que les Banques canadiennes ont donnée au commerce ne s'est pas limitée aux affaires transigées avec les pays de l'ancien continent, mais elle a pris des proportions plus vastes. Non contentes d'ouvrir des succursales en Angleterre, en France ou dans d'autres capitales des pays européens, de même qu'aux Etats-Unis et à Terre-Neuve, les Banques canadiennes sont établies aujourd'hui dans les Antilles, dans le Sud Africain, au Mexique, au Brésil, dans d'autres républiques de l'Amérique du Sud ainsi qu'au Japon et en Chine.

Cette expansion que les Banques canadiennes ont prise est certainement l'un des résultats de la guerre. Avant l'année 1914, la politique des Banques canadiennes était de destiner le capital canadien au développement des ressources naturelles du pays. Durant ces dernières années, le Dominion du Canada s'est conquis une place si importante parmi les autres nations du monde et les produits canadiens furent en si forte demande dans les différents pays que les Banques canadiennes ont compris qu'il était de leur devoir d'aider le Canada à maintenir le commerce extérieur qu'il avait conquis et même de lui faciliter l'ouverture de débouchés nouveaux et la conquête d'autres marchés.

Le résultat général a été que les Banques du Canada ont maintenant leurs noms inscrits sur des succursales établies pratiquement sur tous les points du globe où leurs officiers font tous leurs efforts pour aider au développement toujours croissant de notre commerce d'outre-mer.

o

INJUSTE AUX DETAILLANTS

Aux Etats-Unis comme au Canada, on souligne le fait qu'il y a baisse des prix de gros, mais que les prix de détail sont maintenus et les détaillants, de ce fait, sont accusés de faire des profits exagérés par les gens irréfléchis. Ils perdent de vue le fait que le détaillant porte ordinairement un stock acheté des semaines et peut-être des mois avant, à des prix plus élevés qui prévalaient alors. Lorsque les prix de gros haussent, les détaillants ne montent pas immédiatement leurs prix, mais ils continuent, en règle générale à vendre le stock en mains à des prix plus bas, basés sur les prix qu'ils ont payés. De même, on ne devrait pas s'attendre à voir les prix réduits sur une baisse soudaine, qui n'est souvent que temporaire, tant dans les prix de gros que dans ceux de manufactures.

LE 12ième PIQUE-NIQUE ANNUEL DES EMPLOYÉS DE BRANDRAM-HENDERSON

Les employés de Brandram-Henderson Limited ont tenu leur douzième pique-nique annuel au Parc King Edward samedi dernier, dans des conditions idéales. Un grand nombre d'employés et leurs amis ont joui de l'agréable excursion fluviale jusqu'à cet endroit délicieux. Une des plus grandes attractions de la journée fut l'arrivée et les évolutions aériennes de l'aéroplane Curtiss No.1 de Brandram-Henderson, en charge du pilote F.M. Bradfield. Cette machine qui est la propriété de la firme est celle qui inaugura le premier service de livraison aérienne au Canada et depuis trois mois elle fait des livraisons régulières de peinture à ses agents. Plusieurs passagers ont eu l'opportunité d'être les témoins des beautés qui nous apparaissent dans un survol et tous se sont montrés enchantés de la sensation.

Les gagnants des différents concours et jeux de sport furent :

- 1.—Course de 100 verges (ouverte) 1er. Richard Bould, 2ème. T.I. Camps.
- 2.—Course de 100 verges (employées filles) 1ère. Jeanne St Onge, 2ème. Madge Brickwood.
- 3.—Course de 100 verges (employés garçons) 1er. R. Laroche, 2ème. Ph. Latelle.
- 4.—Course de l'oeuf dans la cuillère (femmes mariées) 1ère Mme. Weir, 2ème Mme. Branfield, 3ème. Mme. Kitchen.
- 5.—Handicap 100 verges pour hommes de plus de 40 ans. (Employés seulement) 1er. Rodolphe Lussier, 2ème. A. Castor.
- 6.—Course de 75 verges (jeunes filles en-dessous de 12 ans) 1ère. Emilie Colley, 2ème. Gertrude Griffith, 3ème. Nelly Johnson.
- 7.—Course de 75 verges (garçons au-dessous de 12 ans) 1er. George Brickwood, 2ème. Albert Bersack, 3ème. John Marshall.
- 8.—Course promenade, ¼ mille (bureau et vendeurs) 1er. Joe Laurin, 2ème. John Ford.
- 9.—Course en sac. 1er. L. Laroche, 2ème. Andrew Mitchell.
- 10.—Course trois jambes (employés seulement) 1er. O. St. Maurice et J. Ford, 2ème. H. Weir et W.J. Weir.
- 11.—Course promenade ¼ mille (employés au-dessus de 40 ans) 1er. Rodolphe Lussier, 2ème. P. Willette.
- 12.—Course pour dames mariées (50 verges) 1ère. Mme. Weir, 2ème. Mme. Branfield.
- 13.—Pour enfants au-dessous de 8 ans. (50 verges) 1er. John Parrot, 2ème. Sarah David.
- 14.—Course pour dames seules (50 verges) 1ère. Jean McLelland, 2ème. Rose Frank.
- 15.—Course pomme de terre pour filles (employées seulement) 1ère. Jeanne St Onge, 2ème. Mlle. Belanger.

16.—220 verges. (Course pour hommes, ouverte)

1er. M. Duncan, 2ème. M. McNamarra.

17.—Lancement du poids de 16 livres. 1er. Bert. Placey, 2ème. H. Weir.

18.—Course au saut. 1er. H. Weir, 2ème. J. Ford.

19.—La corde (atelier du plomb contre atelier de peinture) gagnant: Team de l'atelier du plomb.

Après cet événement, le team vainqueur fut défié par le personnel du bureau de comptabilité du Grand Tronc et après une lutte très excitante, le team Brandram-Henderson resta victorieux.

M. George Henderson, président et gérant général de la compagnie distribua les prix aux heureux lauréats et apprécia la bonne camaraderie qui avait présidé à ces jeux parmi les employés de la maison.

JOYEUSE EXCURSION DE LA "AUTOSTROP SAFETY RAZOR COMPANY"

"C'est encore le meilleur". Tel a été l'avis de ceux qui ont assisté au pique-nique annuel des employés de la Compagnie AutoStrop Safety Razor Co., Ltd à Wabasso Park, le mois dernier.

Les employés et leur famille, au nombre d'environ cent cinquante, y compris M. N.R. Mass, du bureau de New York, profitèrent d'une belle journée pour faire un délicieux voyage sur le lac, dont le plaisir fut grandement rehaussé par la présence d'un orchestre à bord.

Un programme de jeux fut exécuté au Parc. Toutes les épreuves furent chaudement contestées et donnèrent lieu à quelques résultats serrés et palpitants. Les épreuves remarquables furent une grande lutte d'hommes, une grande lutte de dames, la course de relais pour hommes et une course spéciale mystérieuse pour une coupe qui fut gagnée par M. E. Tugend, qui fit une course extrêmement rapide et qui fut chaudement félicité de sa victoire.

A midi un diner copieux fut servi dans le pavillon et le soir un souper suivi de danse dans le pavillon termina joyeusement la journée.

Tout l'honneur de l'agrément et du succès obtenu revient incontestablement au comité du pique-nique composé de M.M. S.C. Stampleman, G.S. Crimp et P. C. Parfett. Le programme imprimé, sous forme du "Life" en miniature, dans lequel quelques joyeuses allusions pleines de bonne humeur étaient faites à divers membres du personnel, provoqua de nombreux sourires discrets et beaucoup de francs rires.

SEMILITUDE DE NOMS

On nous informe que Thornton Davidson & Co., Limited, courtiers en bons de Gouvernements, de Municipalités et autres garanties, ne sont en aucune manière affectés par la faillite de Thornton Davidson & Company, courtiers de Bourse.

Il est bon d'attirer l'attention à ce sujet à cause de la similitude des deux noms.

Les relations commerciales entre la Suisse et le Canada--Quelques statistiques--Le désir du Consul Général Suisse au Canada, M. Carl P. Huebscher de voir ces relations se développer et d'y aider de tous ses moyens.

M. Carl P. Huebscher, le nouveau consul général de Suisse au Canada entend ne pas confiner son activité à des fonctions purement diplomatiques et il se propose avec juste raison de faire tout en son pouvoir pour développer les relations commerciales entre la Suisse et le Canada. Dans un récent discours qu'il prononçait devant le Club Suisse de Toronto, le représentant helvétique s'exprimait ainsi: "Quelques données statistiques peuvent démontrer d'une façon convaincante que les relations commerciales entre le Canada et la Suisse pourraient être développées considérablement par un service efficace d'information sous la direction du Consul Général Suisse de Montréal, assisté des autres consuls et de comités-conseils.

"Je puis dire en passant que les statistiques du commerce étranger pendant la guerre ne donnent pas une idée correcte de l'importance des relations commerciales, en grande partie du fait de la hausse des prix.

"La valeur totale de l'échange commercial canadien-suisse était en 1913, avant la guerre, d'environ 50 millions de francs; pendant les hostilités cette valeur diminua constamment et atteignit en 1918 un montant total de quinze millions de francs seulement. D'après les statistiques officielles, qui, comme nous le verrons plus loin, ne sont pas correctes, la balance commerciale fut toujours en faveur de la Suisse comme l'indique le tableau suivant:

1913 (en millions de francs)	20	31
1914 "	15	29
1915 "	0.3	26
1916 "	1	30
1917 "	1.8	23
1918 "	0.4	14

"L'augmentation soudaine des exportations en 1916, qui ressort des chiffres ci-dessus est due entièrement aux textiles et aux montres.

"La Suisse importe du Canada des produits alimentaires, tels que céréales, poisson en conserve, et farine. Les peaux, les fourrures, l'asbeste, le mica et de petites quantités de produits chimiques tels que le phosphore, la menthe et la résine font aussi l'objet d'importations de la part de la Suisse.

"Les chiffres indiqués ci-dessus des importations du Canada sont loin d'être corrects, car depuis 1914 la Suisse a reçu du Canada de gros envois de céréales qui ne figurent pas dans les statistiques comme importations du Canada parce qu'ils furent expédiés via les Etats-Unis, et qu'ils se trouvent, par conséquent, inclus dans les envois considérables reçus de ce dernier pays.

"J'ai obtenu les chiffres corrects de ces envois canadiens d'août 1914 à mars 1918. Ils s'élèvent à 8,910,167 boisseaux de blé, qui représentent, à une valeur approxi-

mative de \$2.20 le boisseau, \$19,602,367, soit en francs, au taux de 5.05 le dollar, 98,991,533 francs, et environ 1,300,000 boisseaux d'avoine à 75 cents le boisseau, soit \$975,000 ou 4,923,750 francs, ce qui donne pour le grain un total de 103,915,283 francs.

"Si nous rapprochons ces chiffres de la valeur de l'exportation de grains seule, du Canada à la Suisse, pour pas même quatre ans, et représentant une valeur d'environ 104 millions de francs, avec la valeur totale des exportations suisses dans les quatre années intégrales de 1915 à 1918 inclus, qui s'élevait à environ 102 millions de francs, nous voyons que la balance commerciale qui est, suivant les chiffres officiels, en faveur de la Suisse, se change en une balance commerciale en faveur du Canada, sans même tenir compte de la valeur des autres articles exportés du Canada pendant la même période.

"Ces chiffres nous montrent que pendant ces années passées la Suisse fut un très gros acheteur au Canada, et en même temps ils servent à nous rappeler combien nous devons être reconnaissants au Gouvernement et au peuple du Dominion pour nous avoir aidés à nourrir nos concitoyens pendant la guerre; nous ne l'oublierons pas.

"En autant que l'exportation Suisse au Canada est concernée, les textiles sont de première importance. En 1915, sur un total d'exportation de 26 millions, les textiles comptent pour 23 millions de francs. Ces chiffres sautaient en 1916 à 34 millions (sur un total d'exportation de 39 millions) et retombaient à 10 millions en 1918 (sur un total de 14 millions). Les principaux articles sont:

- Articles de soie à la pièce
- Broderies garnitures et sur tulle
- Rubans
- Rideaux
- Bonneterie
- Tissus de laine, etc.

"Il est intéressant de noter que les tresses de paille sont les seuls articles placés sous la dénomination de "textiles" qui montrent une augmentation continue dans leur valeur d'exportation au Canada, en dépit de la guerre; bien que le montant total de cette exportation soit encore très petit (300,000 francs), il y a des indications très encourageantes que cet article d'exportation trouvera un beaucoup plus grand débouché au Canada.

"Les nombreuses demandes faites par des agents et acheteurs canadiens au Consulat Général de Suisse à Montréal, pour obtenir la représentation de manufactures suisses de textiles font bien augurer de l'avenir. Il semble qu'il y ait ici un marché considérable pour les soieries de

toutes espèces, pour certaines sortes de broderies pour dames, pour les rubans de soie, et aussi, d'une manière plus restreinte, pour les articles en tricot.

“Les montres arrivent au second rang d'importance dans les articles d'exportation au Canada. La guerre a certainement servi ce commerce, car le total des exportations de montres a augmenté de $\frac{1}{4}$ million de francs en 1915 à 4 millions en 1916 et est resté stationnaire depuis.

“Les mouvements finis représentent une valeur de 2.9 millions sur les quatre millions de 1918; les montres en nickel occupent le second rang en importance; elles comprennent évidemment les montres-bracelets.

“Le manufacturier et l'exportateur suisses semblent être très désireux de gagner le marché canadien, et comme il y a un certain nombre de Suisses dans ce commerce au Canada, j'espère qu'ils aideront à conquérir le marché et à étendre ces relations. Des démarches devraient être entreprises pour éviter l'éventualité que des manufacturiers accordent leur représentation à des agents ou commissionnaires qui n'agissent pas dans l'intérêt de l'industrie horlogère suisse en vendant des marchandises au Canada à n'importe quel prix, créant ainsi une sorte de dépréciation du produit.

“Les produits chimiques tiennent le troisième rang des articles exportés au Canada par la Suisse. Cette exportation augmente lentement. Elle n'était que de 0.7 millions de francs en 1918, mais, d'après des chiffres qui m'ont été donnés par des importateurs de Montréal, l'exportation des produits pharmaceutiques au Canada a beaucoup augmenté en 1919, un importateur seul ayant acheté en 1919 d'une seule maison de produits pharmaceutiques de Bâle un montant qui dépasse la valeur d'exportations totales des produits chimiques en 1918. Je suis aussi informé par un représentant de New-York, qu'une autre grosse usine de Bâle a fait des envois considérables de matières tinctoriales destinés au Canada, mais réexpédiées de New-York. Leurs valeurs sont les suivantes:—

Année 1916	environ	111,000	dollars
” 1917	”	74,000	”
” 1918	”	100,000	”
” 1919	”	129,000	”
Janvier 1920	”	17,000	”
Février 1920	”	12,00	”
Mars 1920	”	25,000	”

“La plus grande partie de ces matières tinctoriales viennent de Suisse, tandis qu'une partie a été mélangée avec des marchandises de manufacture américaine. Ces envois sont d'ailleurs compris dans les exportations, des Etats-Unis au Canada et ne paraissent pas dans les statistiques comme étant d'origine suisse.

“Il est vraiment surprenant que le marché canadien n'ait pas été travaillé plus activement par les industries de Bâle.

“Avant la guerre et aussi durant les trois premières années de guerre, nous exportâmes au Canada des produits alimentaires (0.8 millions de francs en 1915; 0.5 en

1916; 0.2 en 1917), principalement de la farine alimentaire pour enfants et du chocolat. Plus tard, cette exportation fut arrêtée complètement, mais il ne fait aucun doute qu'elle reprenne. J'ai reçu un certain nombre de demandes d'agents canadiens pour la représentation de maisons suisses de chocolat.

“L'exportation de machinerie au Canada semble être très isolée et n'a par conséquent été que de faible valeur (0.1 million de francs en 1915; 0.2 en 1916). Nous avons exporté quelques machines hydrauliques et en dernier lieu des machines à broder et à tricoter. Le marché canadien a été complètement abandonné, comme conséquence de la guerre.

“Sous la rubrique “Autres articles” sont classifiés quelques timides efforts pour exporter des articles tels que phonographes, instruments de musique, qui en 1917 et 1918 promettaient une bonne exportation dans ce pays.

“Il est surprenant que les “Arts graphiques” suisses n'aient pas fait un sérieux effort au Canada. Avant la guerre, ces produits étaient importés ici principalement d'Allemagne. Notre industrie étant bien équipée dans cette ligne, je pense qu'une étude sérieuse du marché en vue d'augmenter cette exportation donnerait de bons résultats.

“Les relations commerciales officielles entre la Suisse et le Canada sont régies par la clause de la nation la plus favorisée, contenue dans les articles IX et X du traité d'amitié, de commerce et d'établissement réciproque, conclu entre la Suisse et la Grande Bretagne le 6 septembre 1855, et par le traité complémentaire du 20 mars 1914.

“Ainsi donc, les marchandises suisses ont droit aux tarifs de douane prévus par toutes les conventions commerciales faites entre le Canada et les autres nations, principalement au tarif intermédiaire s'étendant à la France, la Belgique, les Pays-Bas et l'Italie. Le traité franco-canadien a pris fin le 19 juin 1920. Le développement futur des relations commerciales entre la Suisse et le Canada dépendra grandement de la manière dont sera formulée au Canada la réforme proposée du tarif, mais nous espérons sincèrement, que les dispositions très amicales du Gouvernement Canadien à l'égard de la Suisse se refléteront dans les arrangements qui seront faits prochainement pour l'entrée des marchandises suisses au Canada.

“Tous les Consuls Suisses au Canada seront heureux de recevoir des suggestions de la part de leurs nationaux aussi bien que des personnes intéressées en vue d'approvisionner aux sources suisses les besoins spéciaux canadiens. On ne saurait s'attendre à ce que les représentants officiels fassent eux-mêmes les affaires, mais nous pourrions aider à mettre en rapport les parties intéressées. Nous pourrions guider ceux qui viennent de Suisse pour vendre, tout comme nous pourrions être utiles à ceux qui y vont pour acheter. Nous pourrions centraliser et répandre l'information utile qui nous sera donnée par ceux qui sont mêlés directement aux affaires et qui consentiront à nous aider de leur savoir.”

M. Pierre Gravel, de la Maison Ludger Gravel et Fils nous explique comment il fut amené à créer cette entreprise importante d'accessoires d'Automobiles

Il faut être de son temps, savoir suivre la marche du progrès, soutenir et développer l'usage pratique des inventions, s'engager dans les voies commerciales nouvelles créées par l'esprit ingénieux de notre époque; il ne faut pas s'embourber dans la routine paresseuse; nous devons aller de l'avant non seulement dans notre intérêt personnel, mais aussi bien dans celui du public que nous, marchands, nous sommes appelés à servir dans ses besoins nouveaux, tout comme dans l'intérêt national qui édifie sa prospérité sur l'effort d'un chacun et l'initiative de ceux qui dans leur sphère active sont plus aptes à lancer les grands mouvements et à faire tourner la grande roue du progrès. Telles sont les déclarations que nous faisait M. Pierre Gravel, de la maison Ludger Gravel et fils auquel nous avons été demandé ce qui l'avait décidé à créer le rayon d'accessoires d'automobiles qui est devenu une compagnie bien vivante et indépendante de la maison Ludger Gravel et qui voit sa prospérité grandir chaque jour et atteindre des proportions inespérées même par le jeune créateur de cette branche nouvelle.

Comment nous avons été amenés à ouvrir notre département d'accessoires d'automobiles? D'une façon bien simple, nous avoue M. Pierre Gravel.

Comme vous le savez, la maison de mon père faisait depuis 40 ans le commerce de matériel pour forgerons et voituriers de campagne; les procédés accueillants, courtois et honnêtes de la maison paternelle nous avaient acquis une réputation de confiance qui nous plaçait bien parmi la campagne canadienne pour nous lancer dans une entreprise où nous ne pourrions manquer d'encouragement. Depuis déjà plusieurs années, nous recevions des demandes fréquentes des voituriers et forgerons de campagne pour des pièces détachées et accessoires d'automobiles, car peu de gens savent que la plupart des garages que nous rencontrons sur nos routes canadiennes ont été ouverts par des forgerons et des voituriers qui, voyant péricliter leurs affaires du fait de l'abandon de la traction animale et de son remplacement par la traction mécanique se sont décidés à adopter le nouveau goût public et à se lancer dans le commerce d'automobile, ses soins et son entretien.

Pressés par ces demandes réitérées et désireux de satisfaire aux exigences de nos vieux clients, nous nous décidâmes à créer en marge de notre commerce, une ligne secondaire, à laquelle nous n'attachions qu'une importance très relative. Il y a deux ans et demi de cela, les commandes affluèrent. Dès qu'on sût dans notre clientèle que nous avions décidé de tenir un rayon d'accessoires d'automobiles, ce fut une pluie de demandes de renseignements et de catalogues. Nous fîmes donc établir un premier catalogue qui nous valut d'excellents résultats. Bientôt le modeste emplacement que nous avions choisi pour servir de berceau à ce département fut trop petit.

Nous dûmes nous agrandir. La seconde année nous faisons plus que doubler notre chiffre d'affaires; cette année nous allons atteindre un chiffre d'affaires important.

Notre magasin ne fait pas le détail; nous ne faisons que le gros, nous tenons l'outillage complet de garage, nous avons en stock la ligne complète d'accessoires d'autos proprement dits. Depuis la peinture et le vernis pour autos jusqu'aux matériels à bourrer et à réparer les capotes d'autos. Dans la ligne Ford, nous avons en stock toutes les pièces. Nous avons en magasin une grande variété de marchandises couvrant les besoins les plus connus des garages et notre service de livraison et d'expédition est tenu avec un soin tout particulier qui assure complète satisfaction à nos clients. La plupart de nos articles nous viennent des Etats-Unis, grands pourvoyeurs de l'industrie automobile et passés maîtres dans cette fabrication. Le Canada n'est pas encore outillé pour approvisionner cette ligne vaste et multiple; néanmoins on peut s'y procurer en fabrique certaines choses comme les pare-chocs; les lampes et phares d'auto; les bandages de frein, les ressorts, les vernis-préparations pour auto de provenance de la Wonder Worker, les radiateurs, etc. Nous n'avons pas encore jugé à propos de tenir la ligne de pneumatiques car nous savons tous les ennuis qu'elle engendre et les désagréments qu'elle pourrait faire surgir entre nous et les clients; et nous tenons à conserver avant tout nos bonnes relations avec notre clientèle. Un pneumatique est garanti, par exemple, pour 5,000 milles; il éclate parce qu'il a été trop gonflé ou pour toute autre imprudence ou négligence; le client réclame; si on ne lui remplace pas le pneumatique intégralement, il se fâche, vous le perdez pour tout le reste des accessoires. La position est assez délicate. Nous avons eu plusieurs offres de représentation de pneumatiques, mais nous avons négligé d'en prendre considération voulant éviter tous les ennuis que nous croyons inhérents à ce commerce.

Nous sommes membres de l'Automotive Equipment Association dont le siège social est à Chicago et qui est l'organisation qui consacre notre qualité de marchand de gros d'accessoires d'automobiles au Canada.

M. Pierre Gravel termine ses confidences en nous disant sa joie d'être arrivé en si peu de temps à créer un commerce aussi important attachant à celui de son père. Voyez-vous, nous dit-il, il faut aimer ce que l'on fait pour y réussir, or j'aime mon métier, je m'ingénie à placer mon stock méthodiquement et en ordre comme un collectionneur range et étiquette ses pièces, je me passionne à la découverte de tout ce qui peut améliorer l'équipement de l'automobile, je suis l'ami de mes clients et tout ce que je puis faire pour leur être utile, je le fais avec grand plaisir.

Et de fait, après avoir remercié M. Pierre Gravel de ses renseignements et lui avoir souhaité bon succès, nous

avons regardé quelques instants avec un vif intérêt ce jeune homme plein de vie donner des ordres à droite et à gauche, recevoir une réclamation d'un client, la solutionner en un instant avec cette sûreté de jugement qu'ont seuls les vrais hommes d'affaires et nous avons compris que les circonstances et les besoins n'avaient pas été les seuls éléments de succès de la maison d'accessoires d'automobiles Ludger Gravel et Fils. mais qu'il fallait attribuer une grande partie du succès de l'entreprise à l'âme qui en fut l'animateur prodigieux et l'incessant stimulant.

o

LA PUBLICITE DISSTON ATTEINT LES CONSOMMATEURS CONNUS ET INCONNUS.

Tout manufacturier, s'il croit en la publicité la considère sous l'un des trois aspects suivants: (1) Celle qui s'adresse aux consommateurs connus; (2) celle qui s'adresse plus largement au public tout entier; (3) celle qui combine les deux.

La vente des marchandises est sélective ou collective. Il y a des ventes analytiques et il y a des ventes synthétiques. Par une méthode, un champ est soigneusement établi et moissonné. Par l'autre tout le champ est pris comme une unité, une grande possibilité, et couvert mécaniquement. Les deux méthodes peuvent être combinées.

La campagne de publicité de Disston, qui marche actuellement, est comme un filet à poisson submergé tendu à l'embouchure d'une rivière. Rien de ce qui descend la rivière, à la surface ou en dessous ne peut passer au travers. Pourtant en remontant le courant les sportsmen travaillent avec des perches et des lignes à la recherche des prises de choix,—les gros consommateurs connus. Le filet pêche les clients insoupçonnés, les consommateurs qui ne sont pas immédiats.

La comparaison est un peu forcée. Les acheteurs de scies Disston ne sont pas comme le poisson, car ils ont besoin de scies et en désirent, mais beaucoup d'entre eux ne le savent pas avant d'en avoir acheté.

Il a dû y avoir un temps dans l'histoire de l'industrie Disston où l'on se posa la question: Qui emploie les scies? Les charpentiers, évidemment. Les questions qui suivirent: où sont les charpentiers et comment les atteindre, firent probablement l'objet d'une campagne de publicité modeste soigneusement considérée s'adressant aux charpentiers.

Tout manufacturier se heurte au même problème au début. La campagne Disston montre une manière de résoudre le problème. La base fondamentale de tout, dans ce cas est la qualité des scies Disston et l'ancienneté de la maison. Les ventes sont faites par les "jobbers" et les marchands. C'est le point de départ.

En procédant par la méthode analytique: qui achète les scies Disston et qui peut les acheter, il y a deux grandes catégories générales: (1) L'homme qui en a besoin dans son commerce et (2) l'homme qui peut en faire usage dans sa capacité personnelle ou individuelle.

Mais il se trouve d'autres catégories entre ces deux premières: le fermier, le magasinier, le mécanicien et le

garçon. Le garçon joue et étudie. Il emploie une scie chez lui et à l'atelier de l'école. A côté de tous les consommateurs de scies connus et inconnus il se peut qu'il y ait de nombreux usages inconnus dans les coins secrets de notre civilisation complexe et toujours changeante.

La publicité nationale les atteindra tous. Rien de nouveau en cela. Mais comment les groupes individuels peuvent-ils être atteints et développés? Comment les fermiers, les garçons, les commerçants et les consommateurs inconnus, peuvent-ils être atteints et en apprendre les usages plus larges et meilleurs?

La meilleure réponse est la campagne elle-même—extraordinaire par son étendue, sa grandeur, sa qualité et sa manière complète.

Si le plan de vente du manufacturier repose sur le marchand, comme agent distributeur son premier effort sera de fournir au marchand la même connaissance. Beaucoup de marchands Disston vendent déjà la ligne Disston. Il faut leur en vendre plus. En même temps, il faut vendre à de nouveaux marchands. La campagne aux marchands a donc trois objets: (1) gagner les marchands, (2) en faire des marchands meilleurs, et (3) leur donner l'information sur la publicité nationale.

Pour atteindre les marchands, les journaux de commerce ont été employés. La première annonce de la série commençait par cette formule: Comment nous portons le message Disston à toutes les classes de consommateurs d'outils. Dans ceci, il était demandé au marchand de considérer les différents gens auxquels il vendait des scies et des outils— le charpentier et le mécanicien, le propriétaire, le fermier, l'homme d'affaire et le garçon. Tous furent particularisés et décrits tout comme les "inconnus"—les nouvelles classes d'acheteurs.

Le fermier fut choisi comme le premier groupe à atteindre dans la grande campagne nouvelle et ce fut le fermier sur qui l'attention du marchand fut rivetée dans les annonces des journaux de commerce du mois suivant.

"Tout fermier est un acheteur de scies et d'outils", disait la première annonce au marchand—il y a plus de six millions de fermes dans ce pays et chacune est munie de scies et d'outils. "Nous recherchons ces affaires de ferme de toutes nos forces. Notre publicité paraîtra dans chacun des journaux de ferme. Il y en a 29 en tout, soit une circulation combinée de 4,737,245. Songez quelle aide directe cela représente pour nos affaires de ferme que d'intéresser cette immense audience à nos scies et outils".

Cette publicité comprenait une illustration des couvertures de devant des 29 journaux pour en rendre l'effet aussi vif que possible sur l'esprit du marchand.

Une note dans le bas de cette copie disait: "Le mois prochain nous vous ferons connaître une autre partie de notre travail, ayant pour objet d'influencer les garçons d'Amérique à l'usage de scies et outils de qualité. Ils sont annoncés constamment à plus de 7½ millions de gens."

Le mois suivant l'annonce avait pour titre: Apprendre aux garçons américains à acheter de meilleurs outils. Et la campagne Disston se continuait ainsi, de mois en mois, couvrant toutes les possibilités de ventes.

Quelques opinions et vues sur le commerce de détail

Impressions d'un marchand détaillant

Les méthodes modernes de détail exigent un but et un plan d'affaires mieux arrêtés. Il nous fait supprimer le travail d'à-peu-près, et passer plus de temps à essayer que nos souhaits et résolutions deviennent des réalités.

Nous en sommes au temps où l'homme qui pense qu'il n'a pas le temps de lire et d'étudier doit changer son fusil d'épaule. Quelque succès que j'aie pu avoir, je crois qu'il est dû largement à l'étude des journaux de commerce, et aux conventions qui m'ont permis de fréquenter d'autres hommes et de m'assimiler leurs idées. Si nous voulons arriver à quelque chose, il nous faut copier un peu les autres car nous n'avons pas le temps de tout créer par nous-mêmes.

Comment devons-nous faire? Etudier les méthodes des autres détaillants prospères. Les magasins de cinq et dix cents offrent une des meilleures opportunités d'étude. En général, ils sont tout d'abord bien situés. Ils ne prennent pas cette situation sur des suppositions. Ils savent avant de louer que l'emplacement est bon. Regardez leurs vitrines et leurs tables d'intérieur et vous les trouverez nettes, bien arrangées et éclairées et tout marchant comme une horloge. Nous devons conduire nos affaires et non pas nous laisser conduire par elles.

Après avoir choisi un bon endroit, il nous faut faire choix des marchandises. Je ne parlerai pas des prix, parce qu'à l'heure présente ce n'est pas le point principal; mais en faisant choix de notre stock, nous devons nous rappeler qu'un magasin de quincaillerie doit tenir des marchandises de premier ordre à un prix raisonnable. Il nous faut avoir des marchandises à des prix bon marché, mais nous devons tenter de vendre d'abord les meilleures, car en agissant ainsi nous servons mieux nos clients et les clients satisfaits sont notre meilleur actif. En outre, en vendant des marchandises de prix élevés nous augmentons nos ventes et par le fait même, augmentons nos profits et diminuons nos frais.

Questions et réponses

Question: "Dans le choix des marchandises, que conseillerions-nous de faire à un détaillant dans les circonstances présentes? Lui conseillerions-nous des articles de granit ou d'aluminium pour les ustensiles de ménage?"

Réponse: Nous lui conseillerions d'acheter les deux. Nous lui dirions d'avoir toutes les lignes aussi complètes que possible et de n'avoir que peu de marques ou fabrications. Si vous décidez de n'avoir qu'une ligne d'articles en grès, n'essayez pas d'avoir une demi-douzaine de couleurs et de sortes différentes, sans assortiment complet d'une sorte ou d'une couleur.

La même chose s'applique aux poêles, aux fournaies, à toutes choses dans une ligne que vous voulez vendre. Vous ne pouvez vous attendre à vendre à chaque client

quand bien même vous auriez une demi-douzaine de poêles des meilleures fabrications.

Question: Qu'appellez-vous un bon profit?

Réponse: C'est à chacun à en décider. Quelqu'un peut penser que six pour cent de son argent est un bon profit. Je n'en dirais pas autant.

Question: Pensez-vous que ce soit une bonne idée de vendre du blanc de plomb à un peintre à dix pour cent de profit pour le lui vendre?

Réponse: Je dirai que c'est une bonne chose de le lui vendre. Vos concurrents vous forcent à agir ainsi. Mon point de vue est que si vous avez une ligne d'agence que vous contrôlez, pourquoi dépensez votre argent et passer votre temps à pousser cette ligne et à ne rien faire dessus? Le blanc de plomb est comme les clous. Nous devons être plus gouverné par notre concurrent que par les lignes que nous contrôlons.

L'arrangement du magasin

Quand on en arrive à l'arrangement du magasin, le défaut de place est souvent le problème à résoudre. C'est pour cette raison que je dirai: si vous avez un magasin étroit et encombré faites placer des rayons depuis le plancher jusqu'au plafond. Un jour un homme vint au magasin et je lui demandai des suggestions. Nos rayons étaient construits du plancher au plafond. La première chose qu'il me dit fut: "Celui qui inventa ce rayonnage élevé devrait être mis à mort!"

Et il avait raison. Si vous avez à employer ce rayonnage, servez-vous en autant que possible pour l'entrepôt. Étalagez vos marchandises dans des casiers muraux et sur des tables, ou sur des planches basses où elles sont d'un accès facile tant au commis qu'au client. Placez vos marchandises là où les gens peuvent les voir et les toucher. Nous devons tous nous rappeler en étalageant nos marchandises que nos affaires augmenteront en proportion directe du service que nous donnons à nos clients. Quand nous plaçons les marchandises sur des tables et des planches basses où le commis n'a pas d'excuse de ne les pas montrer, nous en obtenons la meilleure sorte de service.

Pour l'étalage des poêles, des glacières et autres gros articles, ayez si possible une salle séparée. Si vous pouvez les placer à l'arrière de la salle principale vous y trouverez avantage. Il est préférable de les avoir sur le même plancher, si non dans le sous-sol; où si c'est en haut, ayez un ascenseur de façon à ce que les gens puissent s'y rendre facilement. Si vous faites cela, vous augmenterez vos ventes et vos profits, parce que vos clients et vos commis ne seront pas interrompus par d'autres clients venant pour faire de petits achats.

En vendant un poêle retardez autant que possible la réponse à la demande de prix. De fait, en vendant tout

article qui exige un assez fort montant d'argent quand on vous demande le prix feignez de ne pas avoir compris. Je ne veux pas dire soyez discourtois, mais bien souvent si vous dites dès le début à une dame qu'un poêle coûte \$125 vous l'effrayez. Par contre si vous lui démontrez pourquoi avec ce poêle elle économise du combustible et qu'en fin de compte il revient bon marché, elle est préparée à connaître le prix et la vente se fait plus facilement.

En mettant en étalage les poêles, évitez les longues files. Etalagez-les en carré ou de telle manière que la cliente qui entre dans la salle puisse voir du même coup tous les poêles d'une même sorte. Cela fait une meilleure impression. Vous donnez ainsi l'impression que vous avez une ligne beaucoup plus complète et vous retenez plus facilement l'attention de la cliente.

La même chose s'applique aux outils. Si vous les placez tous ensemble dans un emplacement de huit pieds, votre stock paraît beaucoup plus vaste et plus complet que si vous les éparpillez dans tout le magasin. Ce groupement de marchandises par espèces est une très bonne chose et donne à votre magasin une bien meilleure apparence. Il n'est guère utile de recommander en faisant vos étalages de placer les petits objets devant et les gros derrière. Pour la même raison, en faisant faire vos tables ou stands d'étalages ne les faites pas tellement élevés qu'ils obstruent la vue.

NOTRE DEVOIR VIS-A-VIS DU PERSONNEL

Je pense qu'il est de notre devoir comme marchands de quincaillerie d'aider nos employés à devenir de meilleurs hommes ou femmes dans toute l'acception du mot. Comment y arriver? Un des meilleurs moyens est d'avoir des réunions, des assemblées au magasin. Beaucoup diront que leur magasin n'est pas assez important pour cela: je crois que c'est là une idée qui fait perdre bien des opportunités. On lit une bonne suggestion dans un magazine, mais on s'imagine que son magasin est trop petit pour qu'on l'y applique. C'est une erreur. Il y a quelque temps, deux voyageurs entrèrent dans un magasin pour faire la démonstration d'une fournaise. Combien êtes-vous d'employés, demanda l'un—Dix, lui fut-il répondu.—C'est bien, je les invite à venir à l'hôtel prendre le dîner ce soir et ensuite nous reviendrons nous réunir au magasin. Ce fut accepté. Quand l'heure de l'assemblée arriva tout le monde avait été mis de bonne humeur par la gaieté du repas et un des voyageurs fit une causerie fort intéressante. Il ne parla pas rien que des fournaises. De fait, dans la première partie de sa causerie il parla aux garçons de la valeur et de la nécessité de la santé physique, de l'étude du caractère et du service. Il en arriva à dire que l'on ne pouvait obtenir de l'avancement ou faire un véritable succès si l'on ne faisait plus que ce pour quoi l'on était payé. Après ces remarques d'ouverture, il donna l'explication de ses fournaises et en souligna les points saillants. Tout le monde fut enthousiasmé. Ce voyageur pensait clore la réunion à 10.30 hrs, mais ne put le faire avant minuit tellement il lui fut posé de questions

et tant il y eut d'intérêt soulevé. Il en résulta un vif désir pour de meilleures choses et aussi une plus grande force pour la vente des fournaises.

On peut appliquer ceci à son propre commerce. Il y a beaucoup de bons voyageurs qui passent en représentant les différentes lignes que vous vendez. Demandez-leur une causerie éducative sur ces lignes particulières. De cette façon vous aidez vos commis et vous vous aidez vous-même.

LA PUBLICITE EST UN PROBLEME

La publicité est un des gros problèmes. Il semble que nous n'ayons jamais le temps d'y apporter nos pensées, et lorsque le publiciste vient pour chercher sa copie, nous ne sommes pas prêts. Nous avons été occupés par ceci et par là, et nous disons: Répétez donc l'annonce de cette machine à laver, comme la dernière fois. Peut-être lui avez-vous déjà dit cela une demi-douzaine de fois. Nous avons ainsi perdu peut-être notre argent.

Nous sommes à l'époque de l'efficacité et la grande chose pour nous, spécialement en publicité est d'être efficace et de ne pas jeter notre argent à tort et à travers.

La publicité directe par correspondance personnelle est bonne, mais pour ceux qui sont dans les grandes villes et ont un plus vaste territoire commercial, je ne crois pas que cela soit pratique. Cela coûte trop cher. On peut atteindre tant de gens par la publicité dans les journaux. Pour celui qui n'a pas le temps ou qui dans son magasin n'a pas quelqu'un ayant la capacité de préparer les annonces, je suggérerai qu'il s'adresse à ces compagnies dont il a la vente exclusive des lignes. Dites-leur combien d'espace vous voulez employer pendant l'année dans votre journal pour annoncer tel ou tel article. Si nécessaire, laissez-leur envoyer un homme dans votre ville pour visiter votre magasin et se rendre compte des conditions locales particulières. Ensuite, laissez leur publiciste préparer les annonces pour vous.

Préparez votre campagne de publicité un an d'avance. En un mois de temps vous pouvez avoir la plus grande partie de votre publicité prête pour une année; ce ne sera plus ensuite qu'une simple question d'écrire quelques annonces quand le temps et la nécessité s'en feront sentir, suivant les événements spéciaux et les marchandises à pousser. Lorsque vous annoncez un certain article, faites toujours un étalage de vitrine et arrangez une table à l'intérieur. Ensuite quand un client entre pour acheter ce dont il a besoin, après qu'il a été servi faites-lui cette suggestion: "Connaissez-vous cet article que nous annonçons?" Je crois qu'en suivant ce système vous augmenterez grandement vos ventes.

Plusieurs marchands m'ont demandé: "Quel pourcentage consacrez-vous à la publicité?" Je ne saurais répondre à première vue à cette question. Pour notre part nous employons deux et demi pour cent de nos ventes brutes de la précédente année pour faire de la publicité. Certaines personnes pensent que deux pour cent sont suffisants et d'autres qu'il faut employer de quatre à cinq

pour cent. C'est à chacun individuellement à décider de la chose.

Les plaintes des clients

Nous recevons tous des plaintes des clients. Un homme vient au magasin avec un canif avec la lame brisée et il a toujours cassé l'objet en taillant un frêle morceau de bois. L'important devant pareille réclamation est de prendre une décision rapide. Je ne chercherai pas à me rendre compte si la réclamation est juste ou non, mais je baserai plutôt ma décision sur ce que je pense du client, si je le crois honnête dans son opinion. Si j'en arrive à la conclusion qu'il est réellement honnête en croyant avoir droit de réclamer mais que cette réclamation soit raisonnable, je dirai simplement: "La chose est correcte; prenez un autre canif." Ne discutez jamais avec un client. Sachez de suite si vous devez lui donner satisfaction ou non, et c'est tout.

LES MARCHANDISES ALLEMANDES SUR LE MARCHE AMERICAIN

D'après les informations fournies par le Département du Commerce, les quantités de marchandises expédiées par l'Allemagne aux Etats-Unis augmentent graduellement, bien que les deux pays soient encore pratiquement en état de guerre.

Les engrais chimiques et les teintures, deux produits dans la production et l'exportation desquels l'Allemagne occupait avant la guerre un rôle prépondérant, sont surtout parmi ceux dont l'exportation aux Etats-Unis a considérablement augmenté.

Durant le mois de juin l'Allemagne a expédié en Amérique des engrais chimiques pour une valeur de \$600,000 environ. C'est là un faible montant, si on le compare à ceux d'avant-guerre, mais il démontre quand même que les mines de l'Allemagne sont de nouveau en opération et que leurs propriétaires cherchent à reprendre leur place dans le domaine du commerce mondial.

Les mines de cuivre de l'Allemagne ont aussi été remises en exploitation. La quantité de cuivre provenant de ces mines qui a été expédiée aux Etats-Unis est estimée à \$182,954.

Les instruments agricoles, les animaux d'élevage, les oiseaux, les animaux sauvages pour fin d'exposition, les décors de théâtre et travaux d'art sont parmi les principaux articles expédiés de l'Allemagne aux Etats-Unis.

Les articles que l'Allemagne a exportés aux Etats-Unis durant le mois de juin, sont évalués à \$8,540,073, comparativement à \$266,966 pour le mois de juin 1919.

NE PAS CONFONDRE

Dans notre numéro du 30 juillet nous donnons comme étant sous la loi Lacombe M. Jos. Laurendeau à l'emploi du C.P.R. Sans détruire l'exactitude de notre information, nous prions nos lecteurs de ne pas confondre

M. J.F. Laurendeau, 113 rue Bourbonnière, également à l'emploi du C.P.R. avec la susdite personne.

DANGER DE LA CONTRACTION DU CREDIT

Il serait dangereux de prédire quelle sera la tendance prochaine des prix, dit le bulletin mensuel de Barclays Bank, Londres, mais il est difficile de trouver dans les conditions économiques du jour, chez nous ou ailleurs, de pronostiquer dans un avenir rapproché une baisse considérable et rapide des prix en général. Les premières causes de l'augmentation des prix depuis six ans ont été la baisse dans la production et l'énorme expansion du crédit, résultat de la finance de guerre. La proportion de l'argent disponible pour achat a augmenté beaucoup plus que celle des marchandises sur le marché. Comme l'argent était en abondance et que les produits étaient rares, il s'en est suivi des surenchères de la part des gouvernements recherchant ces produits, et de là la hausse constante des prix. Le remède contre les prix élevés est le renversement des conditions qui ont provoqué leur élévation. Quand la proportion des marchandises offertes sera plus grande que l'argent en disponibilité, les prix baisseront. L'augmentation de la production et la contraction du crédit sont les seuls remèdes. Cela ne peut s'effectuer que graduellement. Il serait dangereux d'attacher trop d'importance à la contraction du crédit et en la précipitant, de nuire à la production, parce que le remède serait pire que le mal.

NOUVELLE ACQUISITION FAITE PAR LA CANADA FOUNDRIES AND FORGINGS COMPANY

Les actionnaires de la Canada Foundries and Forgings Company, réunis en assemblée spéciale dernièrement à Brockville, ont ratifié le projet d'acquisition de la Mann Axe and Tool Company de Saint-Stephen, N.B., tel que recommandé par le bureau de direction. Environ 70 pour cent du capital-actions de la Canada Foundries était représenté à cette assemblée soit en personne, soit par procuration.

Si certaines démarches qui sont faites en ce moment auprès des autorités municipales de Saint-Stephen aboutissent, on dit que les usines de la compagnie Mann seront reconstruites dans le plus bref délai; les affaires, cependant continueront d'être conduites sous le nom de la Mann Axe Company dont la Canada Forgings aura le contrôle.

Les directeurs de la Forgings ont aussi tenu leurs assemblée trimestrielle et ont déclaré les dividendes réguliers de 1% pour cent sur les actions privilégiées et de 1 pour cent sur les ordinaires.

Parmi les membres de l'exécutif présent on remarquait: T.-J. Dillon, président; l'hon. George P. Graham, vice-président; J.-A. McKay, H. Bertram, le lt.-col. C.-N. Monserrat et J.-H.-A. Briggs.

LE COMMERCE DE LA FRANCE DURANT LE PREMIER SEMESTRE

Les chiffres du commerce extérieur de la France pour le premier semestre de 1920 continuent à affirmer une progression favorable et sensible du mouvement des échanges. Les importations se sont élevées à 15,629,927,000 de francs contre 13,721,559,000 en 1919, soit une augmentation de 1,908,360,000; et les exportations à 7,780,201,000 contre 2,683,776,000, soit une augmentation de 5,096,425,000. L'écart considérable qui existait, l'an dernier entre les importations et les exportations va s'atténuant; l'excédent des entrées sur les sorties tombe de 11 milliards 58 millions à 7 milliards 849 millions. La reprise de la vie économique est accusée surtout par la progression des ventes d'objets fabriqués: la plus-value est de 2,985,804,000 francs et c'est de beaucoup la rubrique la plus favorisée. En correspondance étroite avec ce mouvement viennent les importations de matières nécessaires à l'industrie, en plus-value de 1.845 millions. Il est intéressant de noter aussi une diminution—la première—de 153 millions aux importations d'objets d'alimentation. Il est permis d'espérer que cette diminution ira s'accroissant au cours des mois qui vont suivre, et que les exportations de produits fabriqués continueront à prendre de l'ampleur. En résumé, bien que la situation soit encore grave, il est évident que le commerce extérieur de la France est aiguillé dans un sens très favorable.

2e EDITION CANADIENNE DE POUR LIRE EN ATTENDANT BEBE

Une deuxième édition canadienne du livre français "Pour lire en attendant bébé", vient de paraître.

L'auteur, le docteur Donnadiou, écrit M. Dupire dans "Le Devoir":

"L'auteur est chevalier de la légion d'honneur et officier d'Académie, docteur en médecine de la faculté de Paris. Le livre a été récompensé par l'Académie de Médecine et a obtenu une mention très honorable au Prix Vernois en 1903. L'ouvrage a eu un grand nombre d'éditions en France. Il est extrêmement connu. Il traite uniquement ou presque uniquement de l'éducation des enfants. Nous disons presque uniquement parce que le dernier chapitre contient de très utiles conseils sur la formation du caractère.

"Le volume sort des presses de l'Action catholique et sa tenue typographique—nul n'en sera étonné—est impeccable. Il est préfacé et appendicé par le docteur Aurèle Nadeau, ami personnel et fervent admirateur du docteur Donnadiou, et comme lui, naturaliste convaincu. Le docteur Donnadiou et le docteur Nadeau, cela peint bien les deux hommes, ont renoncé à toutes espèces de bénéfices qui pourraient résulter de la publication du volume et qui devraient être considérables, car la vente, souhaitons-le atteindra un succès de librairie jusqu'ici inconnu. Ajoutons un autre trait qui peindra bien l'auteur du volume—qui permet pour la deuxième fois, une édition ca-

nadienne, en renonçant à ses droits d'auteur. — Nous avons eu l'occasion de voir le papier à lettre personnel du médecin qui pratique à Toulouse; à l'entête, comme c'est d'usage chez nous, les heures de consultation sont indiquées. On y lit: "Tous les jours, — sauf le dimanche, — consultations — gratuites de 9 à 11 heures. — payantes, de 2 à 3 heures." Les pauvres ont la part la plus large le double de celle des riches, c'est aussi là que les malades sont le plus nombreux.

"L'édition devrait être à des prix populaires et de fait, elle l'est, car les prix populaires ne sont plus ce qu'ils étaient autrefois. Il a bien fallu qu'ils montent eux aussi par sympathie. Le volume se vend cinquante sous broché, relié, 75 sous, \$5.00 la douzaine et \$40.00 le cent.

"Tel quel, espérons qu'il aura du succès, que le dévouement du docteur Donnadiou et de son sosie moral canadien, le docteur Nadeau, seront récompensés. On peut adresser les commandes au Secrétariat des Oeuvres, 103, rue Ste-Anne, Québec.

LE VENDEUR

Le vendeur est éminemment actif. Le vendeur exerce son pouvoir de suggestion sur le client et sait au bon moment lui imposer sans brutalité mais irrésistiblement sa volonté. Cela est particulièrement aisé lorsque le client est, comme il l'est souvent, indécis, et que le vendeur sait user de certains trucs basés sur une psychologie d'ailleurs élémentaire.

Pourtant, il ne faut pas que le vendeur tombe dans l'excès contraire et manifeste une personnalité impérieuse et douée d'une puissance extraordinaire de suggestion. Il arriverait alors à des résultats déplorables en imposant aux clients des achats que ceux-ci regretteraient par la suite, hors de la portée du vendeur. Ils auraient l'impression d'avoir été trompés et instinctivement quitteraient la maison. La puissance de suggestion du vendeur ne doit s'exercer que dans les limites prévues au paragraphe "moralité". Le client doit toujours avoir à se louer par la suite d'avoir été influencé par le vendeur.

(Mon Bureau)

COMMERCE A VENDRE.

Magnifique magasin de campagne dans la plus belle place de villégiature de la Province, sur la rivière Ottawa, à quarante milles de Montréal.

Bâti en brique, 25x50 pds, à deux étages, comprenant magasin et maison privée. Grandes dépendances couvrant 3560 pds. de surface.

Commerce en pleine opération, stock général des mieux assortis.

Raison: Se retire des affaires.

Conditions faciles.

S'adresser à Le Prix Courant, B.P. 2229

Montréal.

NOTRE FROMAGE SUR LE MARCHÉ DE LONDRES

**M. Auguste Trudel va revendiquer justice pour les
fabricants de Québec.**

IMPORTANTE MISSION

La fabrication du fromage, sur une grande échelle, commença dans la province d'Ontario; plus tard, elle se continua dans les Cantons de l'Est et, par la suite, dans le reste de la province de Québec. L'organisation étant plus perfectionnée selon les dates d'installation des fabriques, on en était arrivé à l'étranger, en Angleterre principalement, à classer le fromage "Western" ou "Ontario", "Eastern Townships" et "Quebec", ce qui signifiait en réalité No. 1, No. 2 et No. 3. Durant la guerre, les achats se firent par l'entremise d'une commission et les prix furent payés d'après la classification scientifique et officielle, c'est-à-dire, d'après la qualité. Mais on est revenu aux conditions d'avant-guerre et le fromage de Québec ne peut pas obtenir sur le marché de Montréal le même prix que le fromage d'Ontario. Les commerçants donnent comme raison que notre fromage n'est pas aussi avantageusement connu que celui de certains districts de la province d'Ontario.

Nos producteurs de fromage souffrent donc d'une injustice qu'il est important de faire disparaître au plus tôt.

C'est dans ce but que M. Auguste Trudel, gérant-général de la Coopérative Centrale des Agriculteurs de Québec, s'est embarqué à bord du *Mégantic*, à destination de l'Angleterre. Il s'y rend afin d'expliquer aux importateurs et marchands anglais la situation du marché du fromage sous son vrai jour et tenter, par ce fait, de faire bénéficier le producteur de notre province de cette différence de prix à laquelle la qualité de son produit lui donne droit.

Autrefois et aujourd'hui.

Autrefois, dit M. Trudel, dans les débuts de la fabrication du fromage la classification par localité pouvait être juste. L'organisation se faisait petit à petit, et naturellement les fabriques plus anciennes, mieux outillées, mieux aménagées offraient aux acheteurs un produit supérieur à celui des nouveaux établissements. Aujourd'hui, les choses sont changées. Les producteurs de Québec ont suivi les conseils qui leur ont été donnés par les inspecteurs officiels et le résultat en a été que le fromage fabriqué par eux n'a fait que s'améliorer, si bien qu'aujourd'hui, il peut rivaliser avec le meilleur d'Ontario.

On l'a constaté durant la guerre: la commission anglaise des achats payait suivant la qualité; celle-ci était indiquée par la classification officielle. C'est alors que nos producteurs ont eu pour leurs produits un prix juste et égal à celui que les fabricants d'Ontario recevaient. C'était la qualité qui faisait foi de tout. Aujourd'hui, ce n'est plus la même chose; on est revenu à l'ancien système et la classification se fait encore d'après l'endroit

d'où vient le fromage. Nos producteurs y perdent de $\frac{1}{2}$ c à 1 c la livre et cela est d'autant plus injuste que le fromage de cette province qui, lorsque la classification a commencé à être appliquée officiellement, était marqué No 1, 2, 3 ou 4, ne compte plus maintenant qu'une faible proportion de No 3 et aucun No 4.

Nos exportations

Nous exportons de la province de Québec environ 800,000 boîtes de fromages par année et Ontario 1,000,000. Chose étonnante cependant, l'an dernier, il s'est vendu en Angleterre 1,600,000 boîtes de fromage d'Ontario et seulement 200,000 de Québec. Notre bon fromage passait pour venir de la province voisine et le nôtre était naturellement coté No 3.

Comment remédier à cet état de choses? C'est en faisant de l'annonce et en plus des représentations sérieuses aux importateurs anglais. L'annonce, de quelle manière et par qui la faire? Quels sont les intéressés si ce n'est les producteurs et fabricants? Ceux-ci, en effet, avec le système actuel perdent de \$400,000 à \$500,000 par année; c'est une perte sèche pour eux et le consommateur n'en profite même pas. On ne peut blâmer les commerçants dans tout cela; ils achètent au meilleur prix possible pour revendre à leurs clients ce que ceux-ci exigent. Or, ils exigent du fromage d'Ontario, celui de Québec ayant conservé son ancienne réputation d'être No. 3.

Seuls intéressés.

Les producteurs sont les seuls intéressés à faire disparaître l'injustice et, pour cela, il leur faudra déboursier quelque peu, mais la dépense sera infime comparée aux résultats attendus. D'un autre côté, ce n'est pas en se servant de divers intermédiaires qu'ils pourront atteindre le but. Ils ont un intermédiaire tout trouvé dans la Coopérative Centrale des Agriculteurs de Québec. Cette association est la plus forte de la province: la majeure partie des producteurs en font partie. La Coopérative a fait, l'an dernier, pour \$9,000,000 d'affaires et cette année, ce chiffre sera dépassé. Chaque semaine, elle reçoit de dix à douze mille caisses de fromage et, fait important à constater, c'est que le No 1 ou spécial et le No 2 représentent près de 90% des arrivages.

Importante mission.

M. Trudel, son gérant, va donc en Angleterre pour exposer les faits aux intéressés. Il va faire connaître aux importateurs anglais la valeur du produit de Québec et, afin qu'à l'avenir, il n'y ait plus d'erreur possible, le fromage qui sera expédié par la Coopérative Centrale portera sur chaque boîte la marque distinctive qui indiquera la couleur, la qualité et la provenance du produit. Avant longtemps, l'acheteur étranger, lorsqu'il verra le sceau et les initiales de la Coopérative sur une boîte de fromage, se saura garanti contre toute fraude et ainsi rétablira, au grand jour, pour le fromage de Québec, la réputation qu'il mérite. Il est donc, comme le disait le ministre de l'Agriculture, l'honorable M. J.-E. Caron, de l'intérêt de tous les producteurs de se joindre à ce mouvement, et les meilleures fabriques devraient être les premières à le sup-

porter, car il est grandement temps de faire cesser cette exploitation de nos producteurs de fromage au profit des producteurs ontariens. Il est à souhaiter que la campagne de propagande de M. Trudel à Londres aura pour résultat de donner au fromage québécois le rang et les prix qu'il mérite sur les marchés de Montréal et de Londres.

STATISTIQUES DES EXPORTATIONS DES PRODUITS LAITIERS

Voici un tableau indiquant la quantité et la valeur des exportations de nos produits laitiers durant les mois de mai 1919 et 1920 :

	Quantité	
	1919	1920
Beurre, livres	870,268	403,186
Fromage, livres	2,747,544	8,290,527
Crème fraîche, gall. . .	67,707	81,526
Lait frais, gallons . . .	140,908	86,604
Lait condensé, lbs. . . .	4,758,905	2,261,953
	Valeur	
	1919	1920
Beurre	\$481,235	\$ 234,204
Fromage	810,336	2,292,475
Crème	84,438	116,802
Lait frais	35,027	22,022
Lait condensé	623,418	353,473

Beurre

Ci-dessous nous publions les chiffres des exportations pour l'année fiscale se terminant le 31 mars, et les années précédentes :

Années	Lbs	\$
1911	3,142,682	744,288
1912	8,844,402	2,077,916
1913	828,323	223,578
1914	1,228,753	309,046
1915	2,724,913	639,625
1916	3,441,183	1,018,769
1917	7,990,435	2,491,902
1918	4,926,154	2,000,467
1919	13,659,157	6,140,864
1920	17,612,603	9,844,359

Fromage

Années	Lbs	\$
1911	181,895,724	20,739,507
1912	163,450,684	20,888,818
1913	155,216,392	20,697,144
1914	144,478,340	18,868,785
1915	137,601,661	19,213,501
1916	168,961,583	26,690,500
1917	180,733,426	36,721,136
1918	169,530,753	36,602,504
1919	152,207,037	35,223,983
1920	126,395,777	36,336,863

La diminution de nos exportations de fromage pour l'année qui s'est terminée le 31 mars 1920, est attribuée au fait que la commission d'exportation a gardé en entrepôt, à Montréal, jusqu'après cette date, ses achats de 1919.

FRUITS CONSERVES SANS USAGE DE SUCRE

On peut conserver par cette méthode beaucoup de petits fruits.

Vu la rareté et le prix élevé du sucre, une grande partie des petits fruits de la prochaine récolte est menacée de perte. On peut, cependant, conserver les fruits sans faire usage de sucre. Pour se procurer des renseignements sur la méthode suivie à cette fin, la Commission de la Conservation a prié Mademoiselle Jeannette Babb, directrice de la science ménagère au Collège Macdonald, de lui transmettre une courte description du procédé. Mademoiselle Babb attire l'attention d'une manière spéciale sur le fait qu'il faut observer rigoureusement les règles données, lorsqu'il s'agit des conserves de fruits sans usage de sucre, autrement on est exposé à perdre et des fruits et le temps consacré à leur préparation.

“La fermentation et la décomposition sont causées par des bactéries, des ferments et de la moisissure, toujours en suspens dans l'air et qui se mettent en contact avec le fruit. Il faut donc détruire tout d'abord ces germes vivants dans le fruit et les récipients, et empêcher leur entrée dans les contenants par une fermeture hermétique, la stérilisation ou l'ébullition. Voilà ce qui s'appelle faire des conserves.

“Plusieurs causes amènent la décomposition des denrées alimentaires mises en conserves. On peut en énumérer quelques-unes: flacons défectueux, emploi de vieilles rondelles de caoutchouc, usage de produits éventés, remplissage de trop de flacons simultanément, ébullition insuffisante, omission d'éprouver les flacons après la stérilisation et insouciance dans l'entreposage.

“Les objets nécessaires à la préparation des conserves sont les suivants: une bouilloire à blanchissage, ou un grand chaudron à couvercle hermétique; des roches ou briques pour le fond de la bouilloire, de bons flacons et des couvercles bien stérilisés; de bonnes rondelles de caoutchouc; une cuiller à long manche ou un couteau en argent; une passoire, ou une toile à fromage pour le lavage des fruits, une première cuisson et une immersion à froid; de l'eau bouillante et des essuie-mains, qui tous doivent être stérilisés.

“Pour préparer les flacons, il faut d'abord savoir s'ils sont étanches; à cet effet, les remplir d'eau, les cirer et les mettre à l'envers sur une table sèche. Si les flacons ne laissent pas de trace d'humidité sur la table, ils sont en bon état. Stériliser les flacons et les couvercles ou bouchons en les plaçant sur un gril dans la bouilloire, les couvrir d'eau froide et faire bouillir l'eau pendant quinze minutes. Stériliser les couvercles ou bouchons dans un vaisseau rempli d'eau bouillante, pendant cinq minutes.

“Dans la préparation à froid, il faut insister sur une première cuisson ou blanchiment, en plongeant les fruits dans l'eau bouillante, pendant quelques secondes à cinq minutes, suivant la nature des fruits, mous ou durs. L'immersion à froid consiste à plonger les fruits dans de l'eau bouillie refroidie, pour fixer la matière colorante, aider à

garder le fruit en son entier et en rendre plus facile la manipulation.

Préparation des fruits.

1. Choisir les fruits quand ils sont dans leur meilleur—très sains, mûrs, mais fermes et sans meurtrissure.
2. Chasser selon la taille et la qualité pour raison d'uniformité.
3. Mettre les fruits en flacons le jour de la cueillette, ou dès qu'ils sont cueillis.
4. Nettoyer et préparer les fruits comme pour être mangés à table.
5. Donner une première cuisson (blanchiment) si les fruits sont d'une espèce dure.
6. Immerger à froid.
7. Enfermer promptement les produits dans les flacons qui viennent d'être sortis un à un de la bouilloire, et faire usage d'un couteau stérilisé ou d'un manche de cuiller pour l'opération.
8. Remplir le flacon d'eau bouillante, y introduire un couteau pour laisser sortir l'air, et le remplir de nouveau jusqu'à ce que l'eau déverse.
9. Mettre sur le flacon une rondelle de caoutchouc stérilisée, couvrir et cirer en partie immédiatement.
10. Une fois que tous les flacons ont été préparés et remplis, les mettre sur le gril dans la bouilloire et les couvrir d'eau de la même température que les flacons, tenus séparés les uns des autres.
11. Couvrir la bouilloire, faire bouillir l'eau jusqu'à cuisson des fruits.
 - (a) Les fruits mous sont cuits après avoir passé de 10 à 15 minutes dans l'eau bouillante, si l'on a fait usage de sucre. Sans sucre, il faut ajouter 15 minutes de plus.
 - (b) Les fruits durs conservés avec du sucre sont bouillis de trente minutes à une heure, plus vingt minutes, si l'on n'a pas fait usage de sucre.
12. Enlever le couvercle de la bouilloire à la fin du temps de la stérilisation ou de l'ébullition, laisser sortir la vapeur et cirer hermétiquement les flacons à leur sortie de la bouilloire, les renverser jusqu'à refroidissement.
13. Serrer les bouchons, si possible, laver les flacons à l'extérieur, quand ils sont refroidis et les déposer en un endroit frais, sec et sombre.

"LA BASSE-COUR"

Nous accusons réception de la livraison de juillet de la revue avicole "*La Basse Cour*". Elle renferme des études et des articles intéressant les éleveurs de volailles et d'autres animaux de basse-cours.

Cette intéressante petite revue en est rendue à sa deuxième année d'existence et déjà elle a acquis beaucoup d'importance car elle est reçue par la plupart de ceux qui s'intéressent à l'élevage des volailles.

A l'occasion de l'Exposition Provinciale de Québec, on nous apprend qu'elle doit publier un numéro spécial.

Spécimens sur demande. S'adresser à "*La Basse-Cour*", 347, rue St-Joseph, Québec.

BETTERAVES A SUCRE

L'insuffisance du sucre et sa rareté justifient une plus forte culture de ce légume.

Le bulletin sur l'industrie du sucre, publié récemment par le département du Commerce, rapporte qu'en 1908 on a converti en sucre 204,017 tonnes de betteraves. Les betteraves ont été vendues aux fabriques pour la somme de \$2,593,715, soit \$12.22 la tonne.

En 1918, il y avait 18,000 acres, plantées en betteraves à sucre; le rendement fut de 10 tonnes par acre, et la tonne a rapportée \$10.25. En 1919, la superficie en betteraves était de 24,500 acres; le rendement 9.80 tonnes par acre et le prix d'une tonne \$10.86.

Le sucre se vendait environ 11 cents la livre en 1919; il atteint actuellement 23 cents avec tendance de monter encore. L'énorme demande de sucre, et le fait que la production de betteraves à sucre en Europe n'égalera pas immédiatement celle d'avant-guerre, montre qu'il y a un immense déficit mondial. Le Canada devrait donc accroître autant que possible la culture des betteraves à sucre cette année.

Les pays de l'Europe, qui produisaient des betteraves à sucre, ont subi une transformation depuis la fin de la guerre. Autrefois les grands propriétaires fonciers utilisaient une grande partie de leurs terres en culture de betteraves. Les grands domaines en Russie, Pologne, Hongrie et en plusieurs parties de l'Allemagne ont été, pour la plupart, divisés en petites propriétés sur lesquelles les nouveaux acquéreurs cultivent d'autres choses. Les petits cultivateurs ne sont pas aussi bien pourvus des instruments et outils nécessaires et le manque d'engrais est un autre sérieux obstacle. De telles conditions auront un effet désavantageux sur la production.

Un des sous-produits de la fabrication du sucre de betteraves est un résidu appelé pulpe de betteraves. Cette pulpe, mélangée avec des résidus de mélasse, autre sous-produit du raffinage, constitue une excellente nourriture pour le bétail.

LES RAVAGES DE LA FRANCE

M. Millerand a donné, il y a quelques semaines, à un correspondant de la Presse Associée, une interview qui résume de façon saisissante l'étendue des ravages causés à la France par les dévastations commises par les Allemands. Voici les principales données de ces confidences: usure formidable du matériel ferroviaire; bâtiments détruits, 300,000; ouvriers tués, 600,000, perte de 12%; laine, diminution, 94%; houille, diminution, 55%; fonte, diminution, 83%; minerais de fer, diminution, 90%; flotte marchande coulée, 33%; effilé de lin, diminution, 90%; froment, diminution, 66%.

INSTALLATION ET MATERIEL D'UNE USINE POUR LA PREPARATION DES OEUFS DE CONSERVE.

La préparation des oeufs est devenue une véritable industrie. Une usine de ce genre possède l'installation suivante: une glacière, une salle pour le mirage, une machine à glace et une salle pour le cassage. A cette dernière est attenante une salle pour le lavage et la stérilisation des ustensiles. Les salles doivent être abondamment éclairées, les murs et les plafonds émaillés et le plancher bétonné et muni de rigoles à trappes. On se sert d'une glacière munie de rayons. L'appareil à casser les oeufs, dit le *Bulletin No 63, United States Department of Agriculture, Washington (27, IV, 1918)* se compose d'un plateau, supportant des récipients mobiles, et d'un couteau détachable. Pour l'examen des oeufs brisés on se sert de récipients en verre. La séparation du blanc et du jaune s'effectue mécaniquement. Les tables supportant les briseurs doivent être recouvertes d'une matière non absorbante: métal ou porcelaine. Une baratte sert pour le mélange avant la congélation. Elle doit pouvoir être facilement lavée et stérilisée, opération qui se fait par la vapeur.

CONSERVES DE CHOUCROUTE ET DE CHARCUTERIE.

Les saucisses ou la viande de porc, après simple cuisson, sont mises en boîte avec la choucroute, et le tout stérilisé à 110°. Une température inférieure, dans le cas où la viande n'a pas été fumée, n'assurerait pas la conservation. On peut également mettre la choucroute et la viande en boîte, après cuisson de cette dernière, et saturation de la choucroute par du vinaigre concentré pur. Le vinaigre, absorbé par la viande ou les saucisses, en assure la stérilisation comme si elles avaient été stérilisées à 110° C. (*The Canner and dried fruit Packer.*)

UTILISATION DES DECHETS DE POISSONS

Les déchets provenant de la conserve des poissons peuvent être l'objet de nombreuses utilisations permettant de récupérer des quantités considérables de produits perdus. Les débris de viande fraîche peuvent servir à l'alimentation du bétail et de la volaille. Ceux qui sont rendus inutilisables par la décomposition ou le salage fournissent un engrais précieux. La valeur alimentaire du poisson pour l'engraissement du bétail ne peut être dépassée. La colle, faite ordinairement avec les peaux de poissons blancs, peut être préparée également avec les os. L'huile semble être appelée à jouer un rôle très important. On peut la solidifier par l'action de l'hydrogène. Ce procédé lui fait perdre deux défauts essentiels: son goût âcre et son odeur désagréable. Il est établi, dit *The South African Journal of Industries* (août 1919), que "l'hydrogénation" fait de cette huile un produit se rapprochant à tel point des beurres de laiterie, dans leurs caractères essentiels, qu'il n'est possible d'en établir la différence que par des recherches très approfondies.

LA FERMENTATION DES CONSERVES DE MAIS

M. Bigelow, le chimiste principal de l'Association des Fabricants de Conserve d'Amérique, vient de décrire dans *The Canner* (juillet 1919) un microorganisme, le principal ennemi des conserves de maïs. Ce microbe se distingue de tous les autres, connus et retrouvés dans les différentes conserves, par son extraordinaire résistance à la chaleur, la formation des spores très nombreuses et munies d'une capsule très dense. Il se colore très mal par les méthodes usuelles, c'est pourquoi il resta si longtemps inconnu; se développe très facilement entre 12° et 40°, son développement devient rapide à 18°. Les expériences faites avec ses cultures ont montré que la température de stérilisation employées généralement pour le maïs, ne peut pas tuer les spores, et qu'il est impossible d'employer une chaleur assez forte, qui, en tuant les spores, détruit la structure chimique de la conserve. Le seul moyen pour empêcher les pertes consiste à surveiller bactériologiquement les grands lots de conserves et de restériliser ceux qui contiennent le germe deux ou trois fois au moins à quarante-huit heures d'intervalle. L'auteur se propose de donner dans un autre article des détails morphologiques précis pour permettre une meilleure identification.

LA COMPAGNIE DENT-ALLCROFT

Cette compagnie qui fait affaires au Canada depuis très longtemps était une compagnie organisée à Londres, Angleterre, au capital de £2,250,000 livres sterling. Cette compagnie vient de subdiviser les intérêts qu'elle détenait dans les différentes parties du monde en organisant des compagnies locales qu'elle continuera cependant de contrôler. Ici, au Canada, une nouvelle compagnie vient d'être incorporée sous le nom de Dent-Allcroft Company Canada Limited, avec un capital autorisé de \$1,500,000.00. La compagnie canadienne, à son tour, détient le contrôle de la Colonial Glove Co. Limited, qui opère deux manufactures dans la Province de Québec. Le capital de la Colonial Glove Company est le \$250,000.00. Monsieur H. P. Pierce est le Président de la compagnie canadienne avec R. K. Gibson, Vice-Président et Monsieur J. E. Peters, Secrétaire-Trésorier. La compagnie a transporté ses bureaux au nouvel édifice Wilder de la rue Bleury, où elle occupe maintenant au-delà de 12,000 pieds carrés de plancher.

LA CANADA LIFE A TORONTO

La Canada Life Assurance Co. a récemment acheté les immeubles Jarvis et Times sur la rue Baie, à Toronto, pour le prix d'environ \$500,000. Ces propriétés jointes à l'édifice actuel de la Canada Life et à l'édifice de la Banque Sterling que possède la Canada Life depuis plus de dix ans, forment dans le district financier de Toronto un coin ayant une façade de 150 pieds sur la rue King et 236 pieds sur la rue Baie.

L'EPOUVANTAIL DES MILLIARDS

Par Ulric BARTHE.

Ce qu'il faut en penser

Ce qu'a coûté la guerre? Les statisticiens, à l'œuvre sur ce casse-tête chinois arrivent à des totaux fantastiques, variant entre 250 à 300 milliards de dollars. Le fait positif, c'est que la dette publique des nations du monde est aujourd'hui de 204 milliards contre 44 en 1914, soit 160 milliards à la charge de ces quatre années et demie de tuerie quasi universelle. La dette canadienne à elle seule atteint ses deux milliards.

A première vue, quand on songe que chacun de ces milliards représente mille de ces millions qui naguère encore semblaient la limite du chiffrage—en temps de paix du moins—la nouvelle perspective donne le vertige, l'impression de l'abîme. Tous les jours, nous entendons des braves gens se demander avec épouvante comment les nations pourront jamais venir à bout de payer des dettes aussi colossales, si tout cela ne finira pas plutôt par une banqueroute générale. Ils disent cela de bonne foi, absolument comme cette bonne vieille campagnarde qui, toute suffoquée à la vue des préparatifs d'un festin de noces dans sa famille s'écriait: "Grand Dieu! on mangera jamais tout ça!"

Question de proportion

C'est là l'impression du premier moment. On en revient vite dès qu'on s'arrête à réfléchir sur la gargantuesque capacité d'absorption, d'endurance et de récupération de l'engeance humaine. A la lumière de l'histoire, on apprend que la guerre de conquête n'a jamais durablement profité à ceux qui l'ont provoquée, que généralement, au contraire, ce sont ceux qui en ont le plus souffert qui s'en sont relevés plus vite. Au lendemain des guerres napoléoniennes, l'Angleterre, qui avait fourni non seulement le canon, et la chair à canon, mais surtout les fonds pour battre l'Ogre, passait pour irrémédiablement ruinée, avec une dette de 4 milliards et demi de dollars répartie sur une population de moitié moindre que celle d'aujourd'hui. Or, c'est à vrai dire de cette époque que date le merveilleux essor économique de la Grande-Bretagne, prospérité qui fit vite oublier la dette monstre de 1815.

La guerre de 1870 coûta de 15 à 20 milliards de francs de part et d'autre. Pour la France, la blessure cuisante fut la perte de l'Alsace-Lorraine: quant à ses 5 milliards, il est de fait que les quatre cinquièmes en furent payés, non en or sonnante, mais en lettres de change, produit de son commerce plus florissant que jamais. En effet, dans son fameux livre: "La Grande Illusion"—grande désillusion pour les Allemands!—Normand Angell démontre que la décennie 1870-80 fut pour la France une magnifique période de reconstruction, et pour sa triomphante rivale une lamentable période de dépression.

Une petite comparaison

Qui nous eût dit, dans les premiers mois de 1914, que le Canada, qui jusque-là n'avait compté ses dollars

que par millions au plus, se réveillerait au bout de cinq années à peine avec une dette de 2 milliards de dollars? Or, si un peuple de 8 millions d'habitants a pu trouver dans sa bourse de quoi couvrir, et au-delà, cinq emprunts de guerre et de victoire au total de plus de 1 billion de piastres, qu'y a-t-il d'étonnant à ce qu'un peuple de 40 millions d'âmes comme celui de la France, par exemple, dont le territoire a été le théâtre de la plus colossale guerre de tous les temps, n'ait pu s'en tirer qu'aux prix d'efforts et de sacrifices également titaniques? La différence est que le Canada ne fait que d'entrer dans la carrière comme pays capitaliste, tandis que la France était depuis longtemps réputée pour son immense richesse, la grande fournisseuse de capitaux au monde.

Illusion d'optique

Tout cela prouve qu'il ne faut pas toujours se fier aux apparences. Dans le dispendieux métier des armes, on ne compte que par milliards, avec force zéros. La guerre des Boers a dévoré trois à quatre milliards, elle aussi; pourtant c'était une bien petite affaire, comparée à l'immense conflit de 1914, où plus de 30 pays étaient engagés. Si, cette fois, l'ensemble des pertes est plus considérable, au fond la proportion est à peu près la même. Il est à espérer que le résultat sera également le même; il n'a pas été trop vilain pour le Sud-Africain. Il en est des guerres comme des incendies; qui n'a vu dans notre pays même des villes ressusciter, plus belles et mieux bâties, des décombres fumants de conflagrations où tout semblait perdu de fond en comble, sans même d'indemnité d'assurance pour la peine? Question de temps et de finances. Grâce à l'amortissement et à l'ingénieuse organisation de la finance moderne, n'aura-t-on pas pour réparer le dégât de quatre années et quart, de longs termes variant de dix à quarante ans, parfois même cinquante ans?

La situation européenne, en ce moment, est comme ces montagnes, qui à longue distance offrent une masse énorme, confuse, en apparence infranchissable. A mesure qu'on s'en approche, leur aspect terrifiant diminue; il suffit de voir de plus près, d'explorer le terrain pour y découvrir les vallées et les défilés qui permettent de les franchir avec plus ou moins de facilité.

CANADIENNE — SOLIDE — PROGRESSIVE

BRITISH COLONIAL

FIRE INSURANCE COMPANY

MONTREAL



ASSURANCES-INCENDIE
AUX TAUX DE L'ASSOCIATION
DES ASSUREURS.

Confiez-nous vos travaux d'Impression

Vos entêtes de lettres, vos enveloppes, vos factures, vos livres de comptabilité, vos catalogues, sont les signes extérieurs de votre maison. S'ils présentent bien, votre maison est bien notée dès le premier abord. Nous pouvons vous aider à créer cette bonne impression vis-à-vis de votre clientèle et des gens avec lesquels vous voulez faire affaires en donnant à toute votre papeterie un cachet personnel et distingué.

IMPRESSIONS EN TOUS GENRES

POUR L'INDUSTRIE, LE COMMERCE, LA FINANCE
ET LES ADMINISTRATIONS.

SPECIALITE: CATALOGUES, BROCHURETTES, PROSPECTUS,
BULLETINS HEBDOMADAIRES, ETC.



LA CIE D'IMPRIMERIE DES MARCHANDS LIMITÉE

198 Rue Notre-Dame Est

MONTREAL

Téléphone: Main 3272.

Renseignements de Québec

BUREAU D'ENREGISTREMENTS DE QUÉBEC

Quittance des Droits, Percepteur du Revenu à Mme Michel Hamel-Blondeau, succ. 100, p. 99, St-Félix.
 Quittance—H. Kirouac et Fils à Mme Michel Hamel, succ. jnr.
 Renonciation—Mme Vve Jules Gingras à Adélarde Gingras, succession.
 Quittance—Mme Vve Frs Côté à Jos. Morissette.
 Quittance—G. D. B. Watters à Jos. Morissette.
 Mariage—Jos. Ph. Gosselin à Albertine Rousseau.
 Décl. d'hérédité—Dlle Dora Monier à Régistrateur Qué., P. M. E. 934, St-Roch.
 Procuration—Arth. Monier et al à Dlle Dora Monier.
 Vente—Alf. Wilf. Bédard à Placide Morency, 4368-19, 4368, P. 14, P. N. 17 et 18, Montcalm.
 Quittance—Mme Chs Thos Bédard-Dalmase à Alf. W. Bédard.
 Obligation—Placide Morency à Soc. Prêts et Placements, Qué., 4368-19, 4368, P. M. 14, 17 et 18, Montcalm.
 Vente—J. P. Dorion à J. Demers, P. 258, Charlesbourg.
 Vente—Conseil Municip. comté Qué. à la Commission Scolaire, 495, Notre-Dame des Laurentides.
 Mariage—Ls Robitaille à Dlle Alice Goulet.
 Mariage—Jos. L. E. Auclair à Dlle M. Th. Bern. Dion.
 Mariage—Etienne Miller à Dlle Emélie Grenier.
 Quittance—Alph. Breton à Pierre Trudel.
 Obligation—Jos. Galarneau à Jos. Labrie, 390a, Charlesbourg.
 Quittance subrogatoire—J. Deschehes à Virg. S. Lemelin.
 Retr. Emile Beaulieu à Dlle Ad. Gosselin, 690 St-Sauveur.
 Obligation—J. Ad. Gosselin à Dme Vve Nap. Gosselin, 69 St-Sauveur.
 Mariage—Adélarde Renaud à Dlle M. Angéline Marois.
 Vente—Ed. Sicard à Theop. Giroux, 1-2 ind. 434-26, St-Roch Nord.
 Vente—Alb. Cloutier à Dme Adolf. Dombrowski, 1-2 O. 253, Ste-Foye.
 Théop. Rochette à F.-A. Michaud, 4029-2 P. S. E- 3 P. 6-3 Montcalm.
 Obligation—Ulric Gauvin à The Royal Bank of Canada, 508-187 & 188 St-Roch Nord.
 Quittance & M-Lévee, Isaac Tessier Laplante & al à Jos Filion, Rang St-Joseph.
 Obligation—J.-Auguste Gauvin à Dlle Ad. Constantin, 355-356, Ancienne Lorette.
 Quittance—Jos. Morin à J.-L. Vachon.
 Obligation—Alf. Houde à Hermile Dumont, Rang 10-46, Cant. Figuery.
 Vente—Dme Vve D. Hacheford-Savard à Jos. Tremblay Bloc 11 1-2 3-1 Amos.
 Obligation—Lavoie & Frère à Eug. Rochette, 148-76, Notre-Dame, Québec.
 Vente—R. Mackay à Les Pères Blancs, Missionnaires D'Afrique, 2949 Palais.
 Quittance—J.-A. Mailloux Succ. à Elz. Perron et E. Gauthier.
 Change—J.-E. McNicoll à A.-E. Moisan, 2301-29 St-Sauveur.
 Mariage—Olivier Miller à Dlle Lostilia Bédard.
 Mariage—F.-X. Soucy à Dlle Bernadette Lavoie.
 Quittance—Procule Bélanger à la Corp. Scolaire, Village Montmorency.
 Quittance—F.-X. Martineau à Pierre Fournier.
 Vente—J.-Bte Milhomme à Jos. Tessier, 198-29 Ancienne-Lorette.
 Quittance—Elzéar Alain à J.-B. Milhomme.
 Quittance & Main-levée, P.-T. Légaré à P.-T. Légaré Ltée.
 Quittance—Dlle H. Doyle à Dme Ls. Dumas Talbot.
 Décl.—De confusion, Proteau et Carignan.
 Vente—Leo. A. Meed et al à A. Drolet, 4154-5, 4155-1-2-4, Montcalm.
 Quittance—Dme Vve A.-W. Mountain à Jos. Thivierge.
 Obligation—Jos. Galarneau à Désiré Godin, Pte 1046, St-Ambroise.
 Mariage—H.-Wm. McKenna à Dlle May F. Weekman.
 Vente—Dme Cécile Paquet-Juneau à P.-T. Juneau, 1089 St-Sauveur.
 Mariage—D. Fred. Piché à Dlle Alina Gauthier.
 Concession—Hôtel Dieu Québec, à Aurèle Blouin, 1901 St-Sauveur.
 Obligation—Ismael Rochette à Caisse Populaire, Qué., Est, 751 St-Roch.
 Quittance—Jean Rochette à Ismael Rochette.
 " Adolphe Noel à Cléoph. Marcoux.
 " Dlle V. et Albert Ruthman à Victor Jobin.

" Victor Jobin à l'Œuvre Patronage, Québec.
 Mariage—Jos. L. Paquet à Dlle Marie B. Pépin.
 Vente—Frs. Legaré et ux à Ed. Laliberté, 1495, St-Ambroise.
 Quittance—Des droits, Percepteur du Revenu à J.-B. Pelletier, succ. 475, Charlesbourg.
 Vente—Alpp. Talbot à J. Alb. Caronn, pte 465, Charlesbourg.
 Hypothèque—R.-B. Chalut et al à Frs. Blouin, 2102-158, 159, 170, 171, St-Sauveur.
 Bail. Alf. Morin, esqte à Alf. L. Jolicoeur, 3089, St-Jean.
 Vente—Cyr. Renaud à Pierre Savard, p. 966, St-Ambroise.
 Déclaration—Pour rectifier, Luc Pelletier, 474, 473, pte 473a, Charlesbourg.
 Main-levée—La Cie P.-P. Giguère. Ltée à Gosselin choc. co. agd.
 Main-levée—Magloire Cauchon à Gosselin, choc. co. agd.
 Main-levée—M.-L. Bédard à Gosselin, choc. co. agd.
 Quittance—Wm. & H. Doyle à Luc Pelletier & Cie.
 Quittance—W.-B. Portridge & al à C. Jackson & Co.
 Obligation—Wilbrod Petit à Delle Léda Charland, 3548-1, St-Jean.
 Procuration Alf. Viet. Tardif & al à Victor Lefebvre et al.
 Déclaration Alf. Labrecque à Régistrateur de Québec.
 Vente—Alaska Bedding Montréal Ltd à Semmons Ltd, 441-18-19-20, St-Roch Nord.
 Obligation—Joseph Martel à Jérémie L'Heureux, 997 St-Ambroise.
 Obligation—Joseph Falardeau à Wilf. Darveau, Pte 660, St-Ambroise.
 Quittance—Wm. Crawford à Dme Vve Tho. Thompson.
 Quittance—Cyr. F. Delage à Jos. Martel.
 Quittance—Eug. Falardeau à Jos. Falardeau.
 Quittance—J.-Arth. Jobin à P.-A. Plamondon.
 Vente—Joseph Filion à Sa Majesté, 770, 771, 1243, Beauport.
 Mariage—Médéric Thériault à Lauretta White.
 Mariage—J.-Bte Lacroix à Dlle Alice Mercier.
 Donation—Dme Vve J.-A. Garneau à J.-B. Garneau, 2907-Palais.
 Obligation—Dme Vve Marek Doy à Dlle Ratté, 73 et 77 St-Colomban.
 Obligation—Ern. Côté à Caisse Populaire de Québec, 3895, 3884, Montcalm.
 Vente—Edm. Vigneault à Ernest Riché, Bloc 26-19 Ptes 20 et 18, Village Makamic.
 Vente—Marie Boutin à Joseph Boutin, Rang 4-48 et 2, Cant. Lasaire.
 Procès Verbal—De Bornage, Thos. Dionne & Louis Deviault, 11-10, Pte, P 14-15, Cant. Privat.
 Obligation—Jos. Lynch à Isarel Montreuil, 697, 698-75-471-172, Beauport.
 Vente—Jos.-Alf. Bourret à P. Nap. Tessier, 779, 789-1 St-Roch.
 Garantie Hypothécaire—Jos. Brown à La Banque Nationale, 160 St-Roch P.O. 1832, Jasques-Cartier.
 Garantie Hypothécaire—Jos. Brown à La Banque Nationale, Pte 2106, Pte 2102, St-Pierre.
 Quittance—Proteau et Carignan à Eug. Falardeau.

Renseignements d'Arthabaska

ACTES ENREGISTRÉS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT D'ARTHABASKA

Du 26 au 31 juillet 1920.

Donation—Mme Odile Barnabé à Ulric Lefebvre, 30, Sainte-Victoire.
 Cession—Evangéliste Gouin à Washington Gouin, p 353, Ste-Victoire.
 Vente—Mme Nazarine Desharnais à Johnny Corriveau, 232, Arthabaskaville, \$3,000, \$1,000 ac.
 Vente—Mme Philomène Gagnon à Calixte Guillemette et al. p. 400, Ste-Hélène, \$1,800; \$1,000 ac.
 Vente—Eleucipe Labonté à Gédéon Guillemette, 1-2 ind. p. 400, Ste-Hélène, \$1,000; \$600 ac.
 Mariage—Joseph Fréchette et Mme Emille Croteau, séparation de biens.
 Obligation—Armaine Champagne à Alphonse Moreau, 1-2 σ 25c., 4e rg, Stanfold, \$2,000.
 Vente—Mme Suanny Poisson à J.-O. Lafontaine, aqueduc sur 17 et autres, St-Paul, \$1,000 payées.
 Retrocession—Donation Robert à Euphémus Lampron, p 205 et 202, Bulstrode.

Donation—Elzéar Ross et ux. à Frank Ross, 756 et 757, Warwick.
 Echange—Oscar Girouard à Alfred Fréchette, 1-2e. 22, 7e rg. et autres, Stanfold.
 Echange—Alfred Fréchette à Oscar Girouard, p. 1, Princeville.
 Vente—Alfred Fréchette à Mme Marie Côté, 7, Princeville, \$800 payées.
 Vente—J.-W.-Z. Cantin à Arthur Campagna, et al. 3 p. 23, St-Paul, \$50 chaque payées.
 Vente—Joseph Leblanc à Elzéar Corriveau, p. 9, St-Paul, \$500 payées.
 Vente—Amédée Pellerin à Henri Pellerin, 1084, 1085 et 1086, Tingwick, \$8,000 dues.
 Transport—Joseph McLean à J. E. Hudon, sur Charles Courtois, \$1,700.
 Echange—Joseph Tourigny et Omer Michel, 51 et 52, Sainte-Victoire st p. 409, Ste-Victoire.
 Vente à réméré—Johnny Massé à Grégoire Bêliveau, p. 338 à 340, Bulstrode, \$1,000.

— 0 —

ACTES ENREGISTRÉS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT D'ARTHABASKA

Du 2, au 7 août 1920.

Vente—Lucien Talbot à V. Diome et Fils, p. 23b, 8e rg. Stanfold.
 Obligation—Rodolphe Bineau à Joseph Levasseur, 1-2e. 269, Bulstrode, \$1,500.
 Vente—Camille Lallier à Philippe Lallier, 995, Tingwick, \$1,500.
 Vente—Donat Gobeil à Camille Lallier, 1-2e. e. 1000, Tingwick, \$1,500; \$300 ac.
 Obligation—Joseph Landry à Napoléon M. Champagne, 21, 12e rg. Simpson, \$1,500.
 Vente—Onésime Lamphron à Georges Lizotte, 147, Horton, \$4,400; \$500 ac.
 Vente—Alfred Houle à Luc Champagne, 59, 60 et p. 61, Horton, \$5,500; \$800 ac.
 Donation—Onésime Lamphron, père à Onésime Lamphron, fils, 144, Horton.
 Donation—Fernand Ouellet à Raymond Raymond, p. 216, Arthabaskaville.
 Vente—Mme Zelpha Larivière à Eugène Gagné, p. 216, Arthabaskaville, \$10,450 dues.
 Transport—Napoléon Carrier à Josaphat Audette, sur Georges Hince, fils, \$7,200.
 Mariage—Jules Bergeron et Mlle Rose Babineau, séparation de biens.
 Vente—Louis Edouard Croteau à J.-B. Bellefeuille, p.s. 266, Ste-Victoire, \$550; \$100 ac.
 Bail à rente—Paul Lavigne à Joseph Crevier, 493-26 et autres, Ste-Victoire.
 Vente—Arthur Gélinas à Théodale Raiche, p. 925, Warwick, \$90 payées.
 Vente—Wilfrid Girouard à Albert Poisson, p. 100, Ste-Victoire, \$1,400; \$400 ac.
 Vente—Joseph Cordeau à Rodolphe Bineau, 1-2e. 268, Bulstrode, \$5,000; \$1,500 ac.
 Vente—J.-E. Hébert à Octave Trudel, p. 454, Ste-Victoire, \$1,000; \$500 ac.
 Bordereau de plusieurs ventes par Alcide Pépín, 23b 5e rg. Stanfold et autres.
 Vente—J.-A. Perrault à L. Léonard Perrault, p. 455, St-Norbert, \$150 payées.
 Vente—Antoine Raymond à Herman Champagne, p. 23, 9e rg. et p. 23a, 8e rg. Stanfold, \$1,300 payées.
 Testament—Mme Adélaïde Houde à Gédéon Beauchesne, 283, Ste-Victoire.
 Vente—Amédée Charest à Albert Charest, p. 245 et autres, Ste-Hélène, \$4,200; \$2,000 ac.

— 0 —

Renseignements de Sherbrooke

ACTES DE VENTE

J.-M. Deschênes à Joseph Krakoroski, lot 729-121 quartier-Est. Prix \$385 payés.

N.N. Walley à Henry Veilleux, résidu du lot 600 et partie lot 615 quartier Nord. Prix \$10,500 payés.
 Dame Benjamin Cohen à J.-B. Paradis, lots 1464 et 1465 quartier Sud. Prix \$4,500;—\$1,000 payés.
 W.-J. McNaughton à Dame G.-C. Marshall, lots 276, 277 et partie 280 quartier Sud. Prix \$1,000 payés.
 Wilfrid Meunier à Joseph Faucher, lots 8a, 9a rang 3 et 4 rang 2, Compton. Prix \$11,000;—\$3,000 payés.
 Dame H.-E. Thompson à George Pelletier, lot 244 Orford. Prix \$2,300 payés.
 Dame Alexander Ames à T.-J. Cryan, lot 368-56 Lennoxville. Prix \$500 payés.
 Dame A.-E. Thompson à Donat Gilbert, partie lot 294 Orford. Prix \$210 payés.
 D.-J. McManamy à Dame W.-J. McManamy, 50 pieds N de lot 487 quartier Nord. Prix \$1,000 payés.
 J.-A. Farwell et al à N.N. Valley & Son, partie lot 278 Lennoxville. Prix \$1,200 payés.

HYPOTHEQUES

F.-H. Hébert à Thomas Fortier à The Sherbrooke Loan & Mortgage Co., pour \$400.—affectant les lots 1584-2 et 1535-2 quartier Sud.

DECHARGES

Dame J.-A. Leblanc à Noé Jacques de l'hypothèque du 4 octobre 1917.
 Dame James Tracy à J.-E. Poutré de l'hypothèque du 14 juin 1912.
 Sylvestre & Leblanc à J.-E. Poutré de l'hypothèque du 30 janvier 1920.
 W.-H. Mulvena à Ernest Sylvestre de l'hypothèque du 23 août 1912.
 Dame Jean Rodrigue à Joseph Bellavance de l'hypothèque du 15 juillet 1912.
 Succession J.-T. Mitchell à E.-M. Hall, de l'hypothèque du 2 avril 1915.
 Dame J.-H. Belle à Canadian Connecticut Cotton Mills Ltd de l'hypothèque du 29 août 1918.
 Joseph Charest à Andrew Church de l'hypothèque du 29 avril 1916.
 Dame J.-L. Mathieu à J.-E. Poutré de l'hypothèque du 19 juin 1917.

TESTAMENTS ET ACTES DIVERS

Testament de A.-O. Norton, avec transmission affectant certains droits miniers dans la paroisse d'Ascot, légués à Harry A. Norton et Dame Mary H. Norton. Reçu du Percepteur du Revenu Provincial déclarant les droits payés sur la succession A.-O. Norton.
 Testament de William Bell, affectant le lot 19 quartier centre et partie lot 624 quartier Nord, légués à sa femme, Dame William Bell. Reçu du Percepteur du Revenu Provincial déclarant qu'il n'y a pas de droits exigibles sur la succession William Bell.
 Reçu du Percepteur du Revenu Provincial déclarant qu'il n'y a pas de droits exigibles sur la succession Adélaïde Lapierre.
 Servitude par G.-E. Camirand à la Cité de Sherbrooke affectant lot 15g rang 10 Ascot.
 Donation par Albert L. Farwell à James A. Farwell et Dne T.-L. Clorigh (née Farwell) de partie lot 273 Lennoxville.
 Avis de traité par Dame Victor Guertin vs Esdras Mercier, affectant partie de 1-2 O de lot 14 rang 3 Compton.
 Bail par J.-E. Cambron à Charles P. Dubuc pour 3 ans et 8 mois du lot No 3 quartier Est, pour \$1,430, pour le dit terme.
 Acte de tutelle re mineurs de feu Pierre Sarrasin, nommant Clément Sarrasin, tuteur et M. Arthur Sarrasin, subrogé-tuteur auxdits mineurs.
 Acte de tutelle re enfant mineur de feu Pierre Sarrasin et sa femme Maggie Know, nommant James Samson tuteur et Jackson Mason, subrogé tuteur audit enfant mineur.
 Acte de tutelle re mineurs de Dame Joseph Green, appointant Joseph Green tuteur et Benjamin Cohen, subrogé tuteur auxdits mineurs.
 Contrat de mariage entre Dorais Panneton et Delle Isabelle Champoux, stipulant séparation de biens.
 Contrat de mariage entre Sam Pribag et Delle Dina Abramovitch, stipulant séparation de biens.
 Contrat de mariage entre Napoléon Dubois et Delle Marie-Louise Hudon, stipulant séparation de biens.
 Contrat de mariage entre Antonio Blanchard et Delle M.-A.-E. Brousseau stipulant séparation de biens.
 Contrat de mariage entre Georges Henri Cordeau et Delle Elizabeth Olivier, stipulant séparation de biens.
 Dissolution de société de "O'Donnell & Morrisette".

Renseignements des Trois-Rivieres

BUREAU D'ENREGISTREMENT
CITE ET DISTRICT DES TROIS-RIVIERES

Semaine du 3 au 10 août.

Vente—J. H. Desroches à La Cie Logements Modernes Ltée.
Vente—A. E. Paquette à A. E. Guilmette.
Vente—Chs. et Chs-Edouard Hamelin à Ludger St-Pierre.
Vente—D. Beaulieu à Mlle Z. Morand.
Vente—L. A. Foisy, M. D., à Désiré Beaulieu.
Vente—Maxime Philibert à Désiré Beaulieu.
Vente—Dieudonné Gélinas à Désiré Beaulieu.
Vente—Dame E. Rochon à Uldège Plante.
Vente—Ths. Grenier à Geo. Vézina.
Vente—Etienne Lefebvre à Sa Majesté.
Vente—La Cie Immobilière des 3-Rivières à Alf. Maillette.
Vente—Dme Hermine Sayer Vve C. Blais à Dame Isaac Duplessis.
Vente—Vve Isaac Duplessis à Adolphe Biron.
Vente—Adolphe Biron à la Corp. Episcopale 3-Rivières.
Vente—Shérif des Trois-Rivières à Joseph Rivard.
Vente—Claire Lamy à Léopold Lamy.
Vente—Adolphe Allard à Johnny Landry.
Vente—Dlle Harline Cloutier à Emile Doré.
Vente—Philippe Samson à Edouard Lacroix.
Vente à réméré—Emile Doré à Dame Ad. Belle-Isle.
Obligation—Dame Polycarpe Lambert à Lucien Comeau.
Obligation—J. O. Désilets à J. N. Bourassa.
Obligation—Uldège Plante à Jean Lapointe.
Obligation—M. et D. Boisvert à Alph. Ferron.
Obligation—Johnny Landry à J. A. Trudel.
Quittance—Cie de Prêts et Cons. à J. H. Desroches.
Quittance—Dlle Corinne Blais à Dame P. Lambert.
Quittance—J. Ant. Frigon à Ludger St-Pierre.
Quittance—Percepteur du Revenu à Succ. Phi. Gravel.
Quittance—Ths. Bournival à Vve Odilon St-Pierre.
Quittance—Shérif des 3-Rivières à Joseph Rivard.
Quittance—Claire Lamy à Léopold Lamy.
Quittance—Dlle Harline Cloutier à Emile Doré.
Quittance—Jos. Hubert à Emile Doré.
Quittance—Vve Hubert Dusseault à Augustin Parent.
Quittance subrogatoire:—Dr J. J. E. Woods et ux.; à Dame Lucy M. Caven.
Vente—Ls Ernest S. de Carufel à Hector Grenier.
Vente—Jos. A. Boucher à Théophile Mongrain.
Vente—Nazaire Garceau à Blaise Millette.
Vente—Napoléon Bruneau à Philias Vincent.
Vente—Trefflé Marcotte à Dame Henri Sansfaçon.
Vente—Donat Désaulniers à Jules Babineau.
Vente—F-X Lambert à Herménégilde Milot.
Vente—Hervé Deschense à Léonidas Leclerc.
Vente—Louis Trottochaud à Joseph Leclerc.
Vente—Edmond Hubert à Jos. X. Hubert.
Obligation—Wellie Larivière à Vve J. B. Frégeau.
Obligation—Philias Vincent à Arsène Denoncourt.
Obligation—Lucien Pothier à Adolphe Belleville.
Quittance—Noel Verville à Généré Verville.
Quittance—Bureau et Panneton à Généré Verville.
Quittance—Aug. Bellefeuille à F. X. Vanasse.
Quittance—Vve J. B. Frégeau à Adolphe Pérusse.
Quittance—Joseph Alarie à Wilfrid Dupont.
Echange—Vve Antonio Grenier à Edouard Gravel.
Certificat d'adjudication:—Corporation 3-Rivières à L. P. Mercier.

JUGEMENTS — (COUR DE CIRCUIT)

Omer Fortier vs Charles Morgan, 3-Rivières, \$19.50.
E. F. Panneton vs Adélarde Ferland, 3-Rivières, \$8.00.
A. Sauvageau & Cie vs Alfred Guay, Shawinigan Falls, \$54.25.
D. Veillet & Cie vs Jos. Roussil, Montréal, \$32.04.
A. E. Parent vs Théophile Ricard, 3-Rivières, \$13.00.
Edouard Lambert vs Adjuditor Beaudet, 3-Rivières, \$28.30.

Ventes par les Shérifs de la Province

BEAUCE

Omer Genest vs Valère Vachon. Vente à la porte de l'église de la paroisse de Ste-Justine, le 17 août 1920, à 10 heures du matin.

BEDFORD

Dame Nellie F. Flint et al vs Herbert L. Whitcomb. Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Cajetan de Potton, à Mansonville, canton de Potton, le 21 août 1920, à 10 heures du matin (heure normale).

GASPE

La Corporation de St-Godefroi vs Young et al. Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Godefroi, le 10 septembre 1920, à 11 heures du matin.

HULL

Dlle Belzémire Guérin vs John Vallillée. Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Grégoire de Nazianze, à Buckingham, le 17 août 1920, à 10 heures du matin.

JOLIETTE

La Banque d'Hochelaga vs Louis Guilbault. Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Thomas, le 31 août 1920, à 10 heures du matin (heure solaire).

Thomas Lacoursière vs Marie-Anne Casaubon. Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Patrice de Rawdon, le 2 septembre 1920, à 10 heures du matin (heure solaire).

Dame Adélaïde Vézina vs Joseph Herman et al. Vente à la porte de l'église paroissiale de St-Charles-Borromée, de Joliette, le 17 août 1920, à 10 heures du matin.

MONTMAGNY

Ernest N. Bosse vs François Gosselin. Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Magloire, comté de Bellechasse, le 18 août 1920, à 10 heures du matin.

Roy Alexander Morrison vs Honoré Pouliot. Vente à la porte de l'église de St-Juste de la Bretonnière, le 9 septembre 1920, à 10 heures du matin.

MONTREAL

J. B. Gratton vs Jh. M. Dorion et Lachute Land Company Limited, opposant. Vente au bureau du Shérif de Montréal, le 2 septembre 1920, à 10 heures du matin.

J. L. Emile Côté vs J. J. B. Hogue et al. Vente au bureau du Shérif de Montréal, le 2 septembre 1920, à 11 heures du matin.

Cité de Westmount vs Dame Mary Jane Robinson. Vente au bureau du Shérif de Montréal, le 9 septembre 1920, à 10 heures du matin.

Michel Robitaille vs Urgel Brunet. Vente au bureau du Shérif de Montréal, le 9 septembre 1920, à 11 heures du matin.

Edmond Brossard vs J. Omer Labelle. Vente au bureau du Shérif de Montréal, le 9 septembre 1920, à 1 heure de l'après-midi.

Les Syndics des Ecoles Protestantes vs Edith Goldberg. Vente au bureau du Shérif de Montréal, le 19 août 1920, à 2 heures de l'après-midi.

QUEBEC

Eva Gagnon vs Arthur Olivier. Vente à la porte de l'église paroissiale de St-Giles, comté de Lotbinière, le 20 août 1920, à 10 heures du matin.

Dame Emma O. Provençal vs Esdras Mercier. Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Thomas de Compton, le 31 août 1920, à 2 heures de l'après-midi.

TROIS-RIVIERES

Dame Caroline Chateaufort vs Joseph Thiffault. Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Stanislas, de la Vivrière des Euvies, le 7 septembre 1920, à 10 heures du matin (heure solaire).

LOI LACOMBE

EMPLOYES
Desormeaux, Eug.
Dubé, Albert.
Gagné, Arthur.
Gilman, Sam.
Jollivet, Louis. Omer.

Lebeau, Jos.
Leduc, Roméo.
Lemoine, Jos.
Nantel, Jos.
Pagé, Jos.

PATRONS
J. C. E. De German & Cie.
Canadian National Ry.
F. Tremblay & Cie.
The Cheap Meat Market.
Cie de Publication du Journal "Le Canada"
J. B. Baillargeon.
Cité de Montréal.
A. David.
E. Lemire et fils, Ltée.
Canadian Pacific Ry.

Les Tribunaux

JUGEMENTS EN COUR DE CIRCUIT

J.-E. Seale vs D. Aylen, \$38.
 I. Arnovitch et al vs A. Florence, \$40.
 E.-S. Reacock vs F.-G. Baum, \$70.
 A. J. G. Guy vs H. Lacombe, \$25.
 A. J. G. Guy vs A. Lapointe, \$27.
 J. W. Pilon vs D. Doré, \$38.
 W. Damphouse vs L. H. Vertefeuille, & Chs. E. Verlefeuille, \$52.
 Mde J. Gougeon & vir vs Eug. Leclair, \$68.
 W. Bigras vs Vve M. Caron et al., \$59.
 A. Turgeon vs J. P. Canovau, \$70.
 A. Chartier vs E. C. Howard, Chambly Canton, \$45.
 S. L. Contant vs Major & Sylvestre, St-Laurent, \$70.
 Cons. Optical Co. vs R. A. Wauman, Shawlie, \$77.
 C. W. Trenholme vs Cyrille Massée, Lachine.
 F. Wahlén vs A. Lacasse, 19.
 J. Friedman vs A. Levert, \$65.
 A. Connolly vs C. Bertrand, \$10.
 School Com. Coteau St. Pierre vs E. J. Gray, \$31.
 W. P. Downey vs Elite Confectionery, \$5.
 A. Cadieux vs M. St-Onge, \$17.
 Cie des Conserves de Chambly vs R. Weiss, \$40.
 H. Gitterman & Co. vs H. Hibbert, \$33.
 A.-A. Gauthier vs St-Denis Coal & Cartage Co., \$52.
 Ville Montréal Nord vs R. Monette, Nominigüe, \$443.
 A.-J. Gouin vs J.-H. Belleau, Montréal Nord.
 G. Dutaud vs Mme C.-W. Chappell et vir, \$47.
 E. David vs Elz. Pépérn, \$16.
 C.-P. Dubuc et al vs H. Girard, \$43.
 C.-P. Dubuc et al vs Art. Girard, \$54.
 K. & S. Fire & Rubber Good, Ltd. vs J.-E. Chevalier, \$25.
 A. Gitterman et al vs J. Lavigne, \$16.
 J.-O. Labrecque vs Vve Art. Goyette, \$66.
 Reliable Shoe Store vs L. Rochon \$12.
 C.-A. Belle vs Dominion Parcel Delivery Reg'd.
 American Fashion Co. vs Rosaire Daoust, \$12.
 E. Carbray vs J. Reeves, \$40.
 R. Ladouceur vs Pierre Beauceage, \$11.
 J. Garmaise et al vs G.-W. Davis, \$34.
 J. Garmaise et al vs Silas Goudreau, \$39.
 J. Garmaise et al vs John Miller, \$75.
 J. Garmaise vs Jos. Guérard, \$12.
 J. Garmaise et al vs Donat Morin, \$72.
 J. Garmaise et al vs Auger Hotte, \$89.
 H. J. S. Budyk vs H. B. Rodsito, \$26.
 J. G. Benoit vs Hilarion Martin, \$20.
 M. E. Pappas vs G. F. Heinslev, \$12.
 R. Sangster vs J. F. Taylor, \$29.
 Claremont Grocery Co vs R. J. Foreman, \$43.
 C. Pharon vs Nap. Vallée, sr., \$45.
 P. E. Layton et al vs John Lister, Lachine, \$80.
 S. Legault vs N. Lefebvre, St-Clet, \$35.
 Jolivet & Loisselle Ltd vs E. Dupuis, \$77.
 H. Thibert vs Z. Lajeunesse, \$13.
 J. Wiseman & Co vs F. alias C. Small-Show, \$12.
 J. C. E. Trudeau et al vs Brault, \$89.
 J. P. Meloin vs A. Dubé, \$72.

E. Lamontagne vs H. A. Thauvette, \$59.
 S. Helfenberg vs E. C. Powers, \$28.
 A. Charland vs L. Charbonneau, \$23.
 Lyon Cut Rate Drug Store vs C. P. Gaskin, \$25.
 J. Beaudoin vs O. Morache, \$38.
 B. Braunstein vs A. Viau, \$12.
 P. Lamontagne vs S. E. Malo, \$28.
 V. Leduc vs D. Aubin, \$20.
 L. Desbiens vs J.-W. Chappel, \$27.
 N. Boucher vs H. Lacoste, \$12.
 W. Lafaramboise vs P. Lantier, \$55.
 A. Soucy vs J. Lafortune, \$37.
 L. Bruneau vs W. Boucher, \$11.
 John D. Dumeau Co. Ltd vs Geo. Wright, \$23.
 E. R. Tucker vs H. Britton, \$11.
 A. Lamouche vs Jos. Mausette, \$13.
 Girouard Taxi Service vs H. deLormier, \$23.
 Jolivet & Loisselle Ltée vs J. R. Chamberland, \$20.
 W. Ouimet vs Jos. Fréchette, \$50.
 A. A. Haisman vs H. G. Aumet, \$30.
 J. F. Guérin vs A. Bélisle, \$39.
 R. C. Miller vs D. Perron L'Anse St-Jean, \$30.
 G. Vipond vs A. C. Welton, Outremont, \$20.
 British American Oil Co. vs Oct. Ouellette, Riv. du Loup, \$33.
 C. Lussier vs G. Tremblay, St-Félicien, \$65.
 G. Marier vs R. Daoust, \$25.
 J. E. Montpetit vs R. Trahon, \$14.
 School Com.-Verdun vs J. E. Chalfour, \$58.
 Maison de gros Canadien Ltée, vs A. Tremblay, \$25.
 S. Garmaise vs Alb. Vézina, \$19.
 J. B. Lelendre vs J. A. Thibaudeau, \$25.
 Delle A. Laroche vs C. P. Ouellet, \$81.
 D. M. David vs L. G. Hammaning.
 J. Garmaise vs Alf. Tardy, \$18.
 Cohen Ltd vs O. Binette, \$40.
 J. Herlman Bros vs S. Clarkson & al \$19.
 J. Aubert vs J. B. Lanthier, \$35.
 P. Chevalier vs St. Denis Coal Co. Reg \$43.
 A. Archambault vs S. Vézina, \$50.
 Dalvte Electric Ltd vs S. Sperack, \$36.
 C. Miyette vs Vvs J. Flood, \$10.
 I. Srerling vs H. Martel, Montréal-Est, \$22.

JUGEMENTS EN COUR SUPÉRIEURE

Wade Brown vs Connie Mole, Montréal, \$509.
 Cie Pub. La Patrie Ltée vs La Rosa Ltd, Montréal, \$550.
 Lebailleur Frères Ltée vs Alf. Mayer, Montréal, \$291.
 Benjamin Porthos vs C. H. Bourgeois, Montréal, \$199.
 Bank of Hamilton vs Mederic Archambault, Montréal, \$60,000.
 Aboud & Boosamra vs H. Stuart & Son, Montréal, \$1,118.
 A. Charbonneau vs L. Beaubien, Montréal, \$204.
 Mme Vve H. Bougeant vs Mme M.-A. Gauthier et vir Montréal, \$758.
 Mme M. A. Paradis vs James Clarke, Lachine, \$195.
 Cie de Ferronnerie Letang Ltd vs S. Gagnon, Pontiac, \$712.
 Arthur Vallée vs Jos. Gauvin, Montréal, \$100.
 L. S. Odiff vs W. W. Wilson, Montréal, \$200.

Wingold Stove Co Ltd vs H. Lawson alias L. Anneth, Montréal, \$144.
 Parisian Corset Co Ltd vs A. Kasser, Montréal, \$158.
 Dudley R. Townsend vs H. P. Chapman, Montréal, \$159.
 Oscar Charrette vs A. Bélanger Montréal, \$142.
 Moses Wainer vs I. Ordensky et al, Montréal, \$305.
 Alphonse Deland vs A. E. Chaput, Montréal, \$120.
 Gurney Massey Co Ltd vs P. Paradis, Montréal, \$391.
 L. C. Meunier vs Jules Charland Montréal, \$344.
 Nap. Morrissette vs W. Lachaine, Terrebonne, \$280.
 Rodolphe Leiman vs Mme Berthe B. Milne, Montréal, \$150.
 A. M. Ruthenberg vs Mme Marie A. B. Larocque, Montréal, \$11,340.
 A. M. Ruthenberg vs Mme Marie A. B. Larocque, Montréal, \$280.
 L. O. Bournival vs P. Thibault, St-Robert, \$80.
 Rodrigue Valiquette vs J. Emile Forget, Montréal, \$240.

VENTES PAR HUISSIER

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

B. Bramstein vs Melle A. Boucher, 16 août à 11 a.m., 1449 Notre-Dame-Ouest, T. W. Proulx.
 Steinmann's vs P. Germain, 17 août, à 1 p.m., 1398 Delorimier ave, T. W. Proulx.
 Suc. d'Administration Générale vs L. A. Martin & S. B. Burkholder, 18 août, à 10 a.m., 51 St-François Xavier, S. C. Marsan.
 Y. Polonofsky vs J. Smith, 16 août à 11 a.m., 1162 deCastelneau T. W. Proulx.
 A. Lamoureux vs Liboire Chalifoux, 16 août 10 a.m., 620 Mullins, J. E. Desmarais.
 Hoffer & Elman vs Wid. F. Leclair, 18 août à 11 a.m., 1315 Notre-Dame Est, T. W. Proulx.
 A. Brownstein vs J. B. Fréchette, 17 août à 2 p.m., 1555 Ontario-Est, T. W. Proulx.
 T. Varankos vs L. G. Beauchamp, 16 août à 2 p.m., 813 Mont-Royal Est, T. W. Proulx.
 Steinman's vs Pierre Morin, 17 août, à 11 a.m., 208b Désiré, T.-W. Proulx.
 B. Thouin vs L. J. Foisy, 16 août à 11 a.m., 557 Lasalle Road, L. E. Bachand.
 J. Gauthier vs Geo. Pépin, 16 août à 10 a.m., 951 Goumód, J. E. Coulu.
 W. O.O Wilson et al vs Thos. Dwyer, 18 août à 1 p.m., Coin Drummond et Sherbrooke, E. Aumais.
 O. Prairie vs Ls. Langlois, 16 août à 11 a.m., 58-60, 2nd Av., Viauville, M. T. Robillard.
 J. A. Benoit vs Bennie Brownstein & M. Brownstein, T.S., 16 août 10 a.m. Marché St-Laurent, M. J. A. Decelles.
 Vve H. Joubert vs Jos. Gagnon, 16 août à 11 a.m., 200 Delcourt, J. O. Lauzon.
 Mme Z. Malouf vs Hilaire Guilbault, 16 août à 10 a.m., 132 St-Louis, Lachine, J. A. Bourdeau.
 A. Steinman vs A. Desrosiers, 16 août à 10 a.m., 502 Orléans, J. A. Bourdeau.

Ferronnerie, Quincaillerie, Peintures, Vernis, Vitres, Etc.

Mercredi, 11 août 1920.

De nombreux changements continuent de se faire dans les prix de la ferronnerie. Ce sont pour la plupart des augmentations; et il y a pénurie dans un certain nombre de lignes, avec peu de chance de retour à la normale avant longtemps.

Les pointes à vitriers se vendent au nouveau cours de 29 cents la livre; les singles à linge ordinaires ou à ressort sont plus chères. Les crayons d'épingle ont atteint \$5.00 la douzaine de boîtes. Une ligne de boîtes d'allumettes est cotée plus cher. Les pinces standard pour clôture sont en hausse. Les courroies de caoutchouc ont augmenté. Les clefs à tuyaux sont plus chères. Les tondeuses pour chevaux ainsi que les machines et pièces détachées sont revisées à la hausse. Les papiers de construction sont actifs, avec tendance ferme. Les produits en broche sont rares et fermes. Les chaudières pour poêles sont soutenues, et la corde est ferme bien que sans changement. Le pétrole et la gasoline sont fermes aux cours de la semaine dernière. Les produits de fer et d'acier sont rares. Dans la liste des vieux matériaux l'acier lourd pour la fonte est plus cher, en présence de la demande de ce produit en Europe. L'antimoine, l'étain et le zinc sont un peu moins soutenus. Partout il y a une activité remarquable pour l'été dans les centres de gros, car les affaires de campagne sont actives.

No 11	6.90
No 12	7.00
No 13	7.10
No 13½	7.15
No 14	7.30
No 15	7.45
No 16	7.60

Attaches à ballots, avec boucle simple:

No 12	6.80
No 13	6.90
No 13½	7.00
No 14	7.05
No 15	7.20
No 16	7.40

D'après le nouveau système en vigueur un supplément de 15 cents par quintal est chargé pour la recuite.

PRODUITS DE PLOMB

Tuyau de plomb	17.00
Rebut de plomb	18.00

Nota—Le tuyau de plomb est sujet à un escompte de 10 p. c.

Coudes et trappes en plomb, liste plus 30 p. c.	
Plomb "wool", la lb.	0.16
Plomb en feuilles, 3 à 3½ la lb., pied carré	13½
Plomb en feuilles, 4 à 8 lbs., pied carré	0.13
Feuilles coupées, ¼c extra et feuilles coupées à la dimension, ¼c par lb. extra.	
Soudure, garantie, la lb.	0.42
Soudure, strictement, la lb.	0.40½
Soudure, commerciale, la lb.	0.37½
Soudure, wiping, la lb.	0.36
Soudure en broche (No 8)—	
45-55	0.42½
50-60	0.45½
Zinc en feuilles, casks	0.16½
Zinc en lots brisés	0.17

FER ET ACIER

Acier doux	5.30
Acier à machinerie, fini fer.	5.35
Fer de Norvège	13.50 15.00
Acier à ressort	5.80
Acier à pneus	5.50
Acier à bandes	5.30
Acier à outils Black Diamond, la lb.	0.24½
Fer ordinaire en barre, des 100 lbs.	4.95
Fer raffiné, des 100 lbs.	5.95

TOLES

Tôle noire en feuilles:	
Les 100 lbs	
Calibre 10	10.00
Calibre 12	10.00
Calibre 14	10.10
Calibre 16	10.45
Calibre 18-20	10.45
Calibre 22-24	10.50
Calibre 26	10.50
Calibre 28	10.50

Tôle galvanisée en feuilles:	
10½ onces	12.50

Calibre 28	12.10
Calibre 26	10.75
Calibres 22 et 24	11.55
Calibre 20	11.55
Calibre 18	11.55
Calibre 16	10.25

Tôle anglaise:

Calibre 28	13.00 13.50
Calibre 26	12.75 13.25
Calibre 24	12.15 12.65
Calibre 22	11.80 12.30
Calibres 18 et 20	11.35 11.85

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

VIEUX MATERIAUX

Vieilles claques	0.06½	0.06½
Pneus à bicyclette	0.02½	0.03
Pneus à automobile	0.03½	0.04
Cuivre jaune	0.09	0.10
Cuivre rouge	0.16	0.17
Cuivre léger	0.06½	0.07
Détailles de zinc	0.07	0.08
Fer forgé, No 1, grosse tonne	19.00	20.00
Rebutés malléables (tonne)	22.00	23.00
Bouts de tuyaux (tonne)	30.00	31.00
Plaques de poêles (tonne)	30.00	31.00
Acier pour faire fondre	22.00	23.00
Bushelling No 2	10.00	12.00
Plaques de chaudières	17.00	18.00
Fonte de Machinerie (tonne)	35.00	37.00

TUYAUX FORGES

Acier	Noir Galvanisé.	
	Les cent pieds	
¼ pouce	\$6.50	\$8.50
¼ —	5.31	7.41
¾ —	5.31	7.41
½ —	7.10	8.63
¾ —	8.80	10.87
1 —	13.01	16.07
1¼ —	17.60	21.74
1½ —	21.04	25.99
2 —	28.31	34.97
2½ —	44.75	55.28
3 —	58.52	72.29
3½ —	74.06	90.62
4 —	87.75	107.37

Fer forgé		
¼ pouce	5.91	8.01
¼ —	5.91	8.01
¾ —	7.95	9.48
½ —	9.95	12.02
1 —	14.71	17.77
1¼ —	19.90	24.01
1½ —	23.79	28.74
2 —	32.01	38.67

PEINTURE

Mercredi, 11 août 1920.

Le marché de la peinture est maintenant plus calme de tous côtés. Le mois d'août est considéré comme un mois calme et les affaires traitées ces jours-ci sont plutôt faites avec des facteurs importants, divers manufacturiers,

LE FIL DE FER

Rouleau de 80 perches	
2 pt x 5	4.89
4 pt x 6	5.30
4 pt x 4	5.76
les 100 lbs	
Fil de fer barbelé	6.15
Fil galvanisé tressé uni	6.65
Ressort spirale galvanisé—	
No 9	5.80
No 12	5.95
No 13	6.05
Fil de fer galvanisé uni—	
Nos 0 à 8 inclus	6.15
No 9	5.75
No 10	6.20
No 11	6.25
No 12	5.90
No 13	6.00
No 14	6.60
No 15	7.05
No 16	7.20

Broche de coutellerie—	
No 9	6.75
No 10	6.85

etc. On continue à faire un peu de réassortiment. Les prix se maintiennent sans changement et il se passera probablement quelques semaines avant que des changements puissent être envisagés par les manufacturiers. La difficulté de se procurer la matière première existe toujours, et bien que certains produits puissent finir par arriver, d'autres vont souvent manquer. L'huile de lin a baissé d'environ 5 cents par gallon pendant la semaine et elle est en abondance. La térébenthine peut s'obtenir en plus grande quantité. Le shellac a été diminué de prix et est plus abondant. Le mastic et le verre sont sans changement, bien que le ton sur le verre soit ferme et que le double diamant soit rare. Il n'y a pas eu de changement pour le blanc de plomb à l'huile.

TEREBENTHINE

	Gallon impérial
Térébenthine—	
Par baril simple.	2.75 2.85
Par petits lots.	2.85 2.95
Emballage en sus.	

HUILE DE LIN

	Gallon impérial
Brute—	
1 à 2 barils.	1.85 1.90
3 à 4 barils.
Bouillie—	
1 à 4 barils.	1.87½ 1.92½
3 à 4 barils.

MASTIC

Mastic Standard:		Au-dessous
	5 1 de 1	
	tonnes tonne tonne	
En barils.	\$6.50 \$6.75 \$7.10	
En ½ barils.	6.65 6.90 7.80	
Par 100 livres.	7.30 7.60 7.95	
Par 25 livres.	7.60 7.85 8.20	
Par 12½ livres.	7.85 8.10 8.45	
En boîtes 3 et 5 lbs	9.60 9.85 10.30	
En boîtes 2 et 3 lbs	11.10 11.35 11.70	
En caisses 100 lbs.	8.65 8.90 9.25	

Mastic à l'huile de lin pure \$2.50 par cent livres en plus des prix ci-dessous.

Mastic de vitriers \$1.60 par cent livres au-dessus des prix ci-dessous.

Termes: 2% 15 jours, net 60.

BLANC DE PLOMB
(Moulu dans l'huile)

Anchor, pur.	\$20.00 \$20.35
Crown Diamond.	20.00 20.35
Crown, pur.	20.00 20.35
O. P. W. Dec., pur.	20.00 20.35
Eléphant, véritable	20.50 20.85
Red Seal.	20.00 20.35
Decorators, pur.	20.00 20.35
O. P. W. anglais	20.00 20.35
Green Seal.	20.00 20.35
Moore, pur.	20.00 20.35
Ramsay, pur.	20.00 20.35

B.B. véritable plomb, moins d'une tonne, \$23.40, Toronto; \$23.00, Montréal. Lots d'une tonne, moins 5 p.c.; lots de 5 tonnes, moins 10 p.c.

LES COULEURS

Alabastine:

Couleurs et blanc — en paquets 3½ livres, \$10.10 les 100 livres, en paquets de 6 livres, \$9.60 les 100 livres, f.o.b. Montréal.

Bleu:

La livre. 0.11 0.12

Couleurs sèches:

Terre d'Ombre brute, No 1, tonnelets de 100 livres. 0.08 0.09½

Terre d'Ombre pure, tonnelets de 100 livres. 0.11 0.15

Terre d'Ombre brûlée, No 1, tonnelets de 100 livres. 0.08 0.09½

Terre d'Ombre pure, tonnelets de 100 livres. 0.16 0.18

Vert Imp. tonnelets de 100 livres. 0.17 0.19

Vert Chrome, pur. 0.31 0.35

Chrome jaune. 0.25 0.41

Vert Brunswick, 100 lbs. 0.10 0.14½

Rouge Indien, Kegs 100 livres. 0.15 0.20

Rouge Indien, No 1, Kegs 100 livres. 0.06 0.17

Rouge Vénitien, brillant supérieur. 0.07 0.09

Rouge Vénitien, No 1. 0.03½ 0.05½

Noir fin, pur sec. 0.09½ 0.15

Ocre d'Or, 100 livres. 0.08 0.18

Ocre blanche, 100 livres. 0.05½ 0.06

Ocre blanche, barils. 0.04 0.04½

Ocre jaune, barils. 0.03½ 0.05½

Ocre français, barils. 0.06 0.10½

Ocre sapin, 100 livres. 0.07 0.08

Oxyde rouge canadien, en barils. 0.02½ 0.04½

Rouge Super Magnetic. 0.05

Vermillon. 1.00

Vermillon anglais. 2.25

f.o.b. Montréal, Toronto.

COULEURS A L'HUILE PURE
boîtes d'une livre.

Rouge Vénitien.	0.35
Rouge Indien.	0.36
Jaune chrome, pur.	0.55
Ocre d'or, pur.	0.34
Ocre de sapin français, pur.	0.29
Verte, pur.	0.34
Terres de Sienne.	0.36
Terres d'Ombre.	0.36
Bleu ultra marin.	0.60
Bleu de Prusse.	1.20
Bleu de Chine.	1.20
Noir fin.	0.39
Noir ivoire.	0.40
Noir de peinture d'enseigne, pur	0.41
Noir de marine, 5 livres.	0.20
f.o.b. Montréal, Toronto.	

EMAILS (blancs)

	Gallon
Duralite.	7.50
Albagloss, C.P.C.	6.30
Email "Blanc", B-H.	8.00
Mooramel.	7.00
Email blanc Dougall.	8.00
Vitralite.	9.00
Sunshine blanc.	7.00
Jasperlac.	5.75
Invincible.	6.90
Hillcrest.	7.00

Colle forte:

	La lb.
Anglaise, en feuille.	40-50
Blanche, pied de porc.	-50
Cake bone, sacs de 112 lbs.	40-45
Peau, sacs de 112 lbs.	45-55
Colles broyées, sacs de 112 lbs.	
Anglaise.	35-40
Canadienne.	28-35
Brandford	la caisse
No 7, 50 paquets, 1 lb.	\$25.00

No 8, 100 paquets, ¼ lb.	28.00
No 9, 200 paquets, ¼ lb.	35.00

Vert de Paris:

En barils, environ 600 lbs.	0.52
En kegs de 250 lbs.	0.52½
En barillets, 50 et 100 lbs.	0.53
En barillets, 25 lbs.	0.54
En paquets de 1 lb., caisse de 100 lbs.	0.56
En paquets de 1-2 lb., caisse de 100 lbs.	0.58

Peintures préparées:

Eléphant, blanche.	5.95
Eléphant, couleurs.	5.05
B-H Anglaise, blanche.	5.05
B-H Anglaise, couleurs.	4.85
B-H à plancher.	4.00
B-H, plancher-vestibule.	4.80
Minerve, blanche.	4.90
Minerve, couleurs.	4.60
Crown Diamond, blanche.	4.80
Crown Diamond, couleurs.	4.55
Crown Diamond, à plancher.	4.00
B-H Fresconette, blanche.	3.60
B-H Fresconette, couleurs.	3.50
Moore, couleurs, nuances.	4.80
Moore, couleurs, blanches.	5.00
Moore, peinture égyptienne, toutes couleurs.	3.85
Moore, peinture de plancher.	3.75
Moore, Sani-flat.	3.75
Moore, Mooramel.
Jamieson's & Crown Anchor.	4.30
C.P.C. pure, blanche.	5.05
C.P.C. pure, couleurs.	4.80
O.P.W. marque Canada, blanche.	4.80
O.P.W. marque Canada, couleurs.	4.50
O.P.W. marque Canada, à plancher.	4.00
O.P.W. à mur, blanche.	3.60
O.P.W. à mur couleurs.	3.50
Ramsay pure, blanche.	5.40
Ramsay pure, couleurs.	5.15
Martin-Senour, 100% blanche.	5.05
Martin-Senour, 100% couleurs.	4.80
Martin-Senour, Porc paint.	4.55
Martin-Senour, Newton, blanche.	3.60
Martin-Senour, peinture à plancher.	4.00
Sherwin-Williams, blanche.	5.05
Sherwin-Williams, couleurs.	4.80
Sherwin-Williams, à plancher.	4.00
Flat Tone, blanche.	3.60
Flat Tone, couleurs.	3.50
Lowe Bros., H. S., blanche.	5.05
Lowe Bros., H. S., couleurs.	4.80
Lowe Bros., Hard drying floor.	4.00
Mellotone, blanche.	3.75
Mellotone, couleurs.	3.50
Sanitone, blanche.	3.60
Maple Leaf, blanche.	5.55
Maple Leaf, couleurs.	5.30
Maple Leaf, à plancher.	4.75
Pearcy, préparées, blanches.	5.00
Pearcy, préparées, couleurs.	4.75
f. o. b. Montréal, Toronto.	

Shellac.

Blanc pur, gall.	6.25 7.40
Orange pur, gall.	6.00 6.90

BLANC

XXX.	0.18
XX.	0.16½
X.	0.15½
XC.	0.13½
Japonais.	0.13
XXX Extra.	0.19
XX, grand.	0.17½
XLCR.	0.16½
X Empire.	0.15½
X Press.	0.14

COULEURS

No 5	0.13½
No 1	0.12
No 1	0.12½
No 7	0.11½
No 1A	0.10½
No 1B	0.09½
Fancy	0.15
Lion	0.13½
Standard	0.12
Popular	0.10½
Keen	0.09

Les lignes ci-dessus sont sujettes à un escompte au commerce pour la vente en quantité.

Vitre	Simple épais-sepr	Double épais-sepr
Les 100 pieds		
Au-dessous de 25	19.90	22.90
26 à 34	20.80	24.85
35 à 40	21.80	26.40
41 à 50	23.50	30.00
51 à 60	24.60	30.80
61 à 70	26.50	32.70
86 à 90	48.85	
91 à 94	49.80	
95 à 100	58.55	
101 à 105	65.35	
106 à 110	73.10	

Escompte à la caisse, 15 et 20%.

Escompte à la feuille, 5%

Comptant, 2 pour cent.

f.o.b. Montréal.

TOITURES EN ROULEAUX

(En rouleaux de 36 pouces de large, contenant 108 ou 216 pieds carrés. Chaque rouleau contient les clous, le ciment et le mode d'emploi.)

Neponset Paroid.

(Surface grise unie).

Neponset Paroid	3.20
" " épais	3.80
" " extra épais	4.40
" enduit d'un seul côté	2.55

(Surface ardoise).

Rouge ou vert (108' x 36")	4.00
Rouge ou vert (116' x 18")	4.50

Marque Canadienne.

(fini caoutchouc gris).

1 pli	2.40
2 plis	2.75
3 plis (rouleaux de 108 pieds carrés seulement)	3.10
Santite (surface sablée).	
1 pli	2.20
2 plis	2.55
3 plis (rouleaux de 108 pieds carrés seulement)	2.90

Papiers pour construction:

	le rouleau
Neponset noir 36"x500'	3.90
Neponset enduit 36"x500'	3.40
Neponset feutre à l'épreuve de gel e, 36"x200"	4.40

Feutre asphalte Neponset:

10 lbs 400 pieds carrés	2.50
15 lbs 400 pieds carrés	3.75
25 lbs 200 pieds carrés	3.15

Peintures:

Neponset noir	gallon	1.05
Neponset rouge ou brun	"	1.65
Neponset vert	"	3.20
Noir canadien	"	0.90

Ciment Neponset:

Gallon (10 lbs)	1.10
l'inte (2½ lbs)	0.30
Chopine (1¼ lbs)	0.15
Ciment plastique.	
Gallon (10 lbs)	1.10

Composé asphalte:

Marque Canadienne, le gallon.	0.30
Enduit à toiture, le gallon	0.90
f.o.b. usine Hamilton, Ont. Termes.	
2 pour cent 10 jours, ou 30 jours net.	

PRODUITS POUR TOITURES

Everlastic, 1 pli	\$2.25
Everlastic, 2 plis	2.75
Everlastic, 3 plis	3.20
l'anamold, 1 pli	2.15
Panamoid, 2 plis	2.60
Panamoid, 3 plis	3.05
Toiture préparée "Red Star", 2 plis	2.13
Toiture préparée "Red Star", 3 plis	2.55
Enduit liquide "Everlastic" pour toiture en barils le gallon	0.60
Par lots de 5 et 10 gallons.	0.75
Boîtes d'un gallon, la douz.	10.20
Coaltar (raffiné), le baril	9.25
Coaltar (brut), le baril	8.00
F.o.b. Toronto et Montréal.	

Papiers:

	Rouleau de 400 pieds.
Fibre sèche, No 1, Anchor	\$1.65
Fibre sèche, No 2, Anchor	1.25
Fibre goudronnée, No 1, Anchor	1.75
Fibre goudronnée, No 2, Anchor	1.45
Feuille de dimension, résinée, bleue	1.30
Fibre surprise	1.30
Feuille "Stag"	1.30
Feutre goudronné, 7, 10 et 16 onces, le quintal	5.70
Feutre goudronné, Spécification Barrett, le rouleau	3.85
Feutre à tapis, 16, 20 et 24 onces, le quintal	9.00

Feuilles "paille" goudronnées pesantes, le quintal	7.75
Feuilles "paille" sèches pesantes, le quintal	7.75

Peinture élastique "Everjet":

Baril d'environ 40 gallons, le gallon	0.75
½ baril d'environ 25 gallons, le gallon	0.80
Bidons de 5 et 10 gallons, le gallon	0.90
Réceptifs de 1 gallon (1 douz. à la caisse) la caisse	10.45

Huile à mouches "Creonoid"

Baril d'environ 40 gallons, le gallon	0.55
½ baril d'environ 25 gallons, le gallon	0.60
Bidons de 5 et 10 gallons, le gallon	0.70
Réceptifs de 1 gallon (1 douz. à la caisse) la caisse	11.00

Ciment à raccommodage "Elastigum"

Barils d'environ 600 lbs, la livre	0.08½
½ baril d'environ 300 lbs, la livre	0.09
Barillets d'environ 100 lbs, la livre	0.09½
Barillets d'environ 25 lbs, la livre	0.11½
Barillets d'environ 5 lbs, la livre	0.13
Boîtes de 1 lb (2 douz. à la caisse) la caisse	5.50
Fibre d'épinette, 36" et 72", le quintal	10.50

PRODUIT POUR ENLEVER LA PEINTURE ET LE VERNIS

Taxite, boîte 1 gallon	\$3.60
Vanisher, B. H.	3.60
Cumolf	3.60
Dougall Lingerwett	3.60
Takeoff	3.60
OPW Prests	3.00
Solos	3.00
Varn-off	3.60

F.o.b. Montréal, Toronto.

Single Harness Buy it NOW

Le cuir a augmenté et bien que les selliers aient élevé leurs prix, nous continuons à offrir les valeurs exceptionnelles qui ont fait la réputation de nos articles. La garantie de Trees, aussi bonne que l'or, soutient le Harnais de la Marque Impériale. Demandez à votre marchand, s'il ne le tient pas, écrivez-nous directement.

HARNAIS de BUGGY MARQUE IMPERIAL

No 1—Avec bride à oeilères, rênes de sûreté, Bricole ajustée avec traits à boucles de 11-8 pouces. Sous-ventrière double avec porte brancards No 221, sellette rembourrée flexible, rênes avec poignées fauves, garnies de nickel ou de caoutchouc imitation... **\$36.75**

Nous nous ferons un plaisir de répondre à tout marchand qui désire tenir nos lignes ou à tout acheteur particulier qui ne peut trouver dans un magasin les Harnais de la marque Impériale.



SAMUEL TREES & COMPANY Limited
Manufacturers of Harness Established 1866
42 Wellington Street East, Toronto

La Construction

AMQUI

Plans préparés pour une école. Secrétaire-trésorier de la Commission Scolaire: A. Beaulieu, Architecte: Oscar Beaulieu, 21 rue d'Aiguillon, Québec. Soumissions seront demandées sous peu par l'architecte.

BATISCAN

Résidence \$6,000. Propriétaire et entrepreneur général: Philippe Lanouette. Contrats à accorder pour électricité et plomberie. Bois non acheté.

CACOUNA

Agrandissement du Couvent des Soeurs de la Charité. Travaux à faire à la journée.

CAP DE LA MADELEINE

Résidence \$6,000. Propriétaire: Arthur Marchand, rue Mercier. Entrepreneur général: Trottier, Villeneuve & Lacroix, Inc., rue Lejeune, Trois-Rivières.

2 maisons à logement \$6,000. Propriétaire et entrepreneur général: Alcide Béchard. Contrats à accorder pour l'électricité et plomberie.

CHAMPLAIN

Résidence \$6,000. Propriétaire et entrepreneur général: Ernest Leblanc. Contrats à accorder pour maçonnerie, plomberie, chauffage, plâtre et peinture. Pas de matériaux achetés.

EAST ANGUS

Eglise \$304,000. Architectes: Audet et Charbonneau, 194 Parc Georges Etienne Cartier, Montréal et 74 rue King, Sherbrooke. Entrepreneur général: Jos. Gosselin Co., 85 rue Dalhousie, Lévis. Plâtre: Geo. Thérien, 66 rue Fraser, Lévis. Peinture: Ovide Lachance, 25 avenue Bégin, Lévis.

LACHINE

Ecole \$100,000. Secrétaire-trésorier de la Commission Scolaire: Albert St-Denis, 52, 15e avenue. Architectes: Cardinal et Beauchamp, 26 rue St-Jacques, Montréal. Soumissions reçues par les architectes jusqu'au 17 août courant. Plans et spécifications chez les architectes.

LANDRIENNE

Ecole \$7,500. Secrétaire-trésorier de la Commission Scolaire: J. O. Lambert. Entrepreneurs généraux: Arthur Lambert et Jos. A. Perron, Landrienne, P. Q.

L'EPIPHANIE

Ecole \$4,000. Architecte: Département de l'Instruction Publique, Québec. Entrepreneur général: Sylvani Roch, l'Epiphanie. Fera faire les travaux à la journée.

MARCHAND

Gare du Can. Pacific Ry \$6,000. Soumissions reçues au bureau central de la compagnie à Montréal, sans date de clôture. Plans et spécifications au bureau de Montréal.

MONTREAL

Eglise \$25,000. (Eglise Ste-Gertrude) Montréal-Nord, Architecte: Alcide Chaussé, 72 rue Notre-Dame Est, Montréal. Entrepreneur général: H. Bergeron, rue de Paris, Montréal-Nord. Fondation, charpente et peinture par l'entrepreneur général. Contrats à accorder pour toiture, électricité, plomberie, chauffage et plâtre.

Ecole St Georges, coin des rues

Baldmere et Tellier. Architectes: Vautrin et Bernier, 92 rue Notre-Dame Est. Entrepreneurs généraux: Fournier et Brunet, 89, 2ème Avenue, Lachine. Charpente, plâtre et peinture par les entrepreneurs généraux. Balance des sous-contrats à accorder.

4 logements \$7,000. Boulevard Gouin. Propriétaires et entrepreneurs généraux: A. et F. Billet, 6158 avenue Peloquin. Toiture, fourniture plomberie, agencement intérieur, plancher et quincaillerie non achetés. Prix demandés immédiatement. Travaux seront faits par les propriétaires à la journée.

Succursale de la Banque d'Hochelega, rue Ste-Catherine Ouest. Architecte: L. A. Amos, 78 rue Crescent. Fondations: E. Meloche, 305, 5ème avenue, Rosemont. Tous travaux à exécuter par des différents corps de métier sous la surveillance de l'architecte.

Atelier \$8,500. Propriétaire: Daprato Statuary, 966 rue St-Denis. Entrepreneurs généraux, fondations, maçonnerie, briques, charpente, plâtre et peinture: Collet et Frères, 119, 1ère avenue, Maisonneuve. Le propriétaire pourra accorder la balance des contrats sous peu.

Réparations à résidence \$1,000. Propriétaire et entrepreneur général: J. Dumesnil, 2638 rue Iberville. Pas de matériaux requis. Tous travaux à faire à la journée.

Réparations à résidence \$1,000. Propriétaire et entrepreneur général: Horace Fillion, 44 rue Duquesne. Travaux à faire à la journée par le propriétaire qui achète matériaux suivant besoins.

2 résidences \$10,000, avenue Maplewood. Propriétaire: Ultra Modern Construction. Architectes: Bastien et Cartier, 76 rue St-Jacques. Soumissions reçues par architectes pour électricité, plomberie, chauffage, plâtre et peinture, sans date de clôture. Plans et spécifications chez les architectes. Architectes demandent prix pour toiture, fourniture, plomberie et planchers.

Réparations à résidence \$4,500. Propriétaire: Metropolitan Investment Corporation, 9 rue St-Jean. Entrepreneur général: Z. Héroux, 1644 rue St-Denis. Fera faire les travaux à la journée. Pas de matériaux requis.

Hangar \$1,000. Propriétaire et entrepreneur général: Leclair Bros., 942 avenue Henri Julien. Travaux à faire à la journée.

Réparations à résidence \$4,000. Propriétaire: A. Malo, 6457 rue Chambord. Fera faire tous travaux à la journée.

Réparations à résidence \$800. Propriétaire: Marcel Duranleau, 2646 rue Iberville. Fera faire les travaux à la journée. Pas de matériaux requis.

Réparations à résidence \$2,000. Propriétaire: Dame H. Contant, 46 rue Ste-Famille. Fera faire les travaux à la journée. Achète les matériaux à mesure des besoins.

Réparations à magasin et résidence \$1,200. Propriétaire: Succession Latreille, 340 avenue Hôtel de Ville. Feront faire tous travaux à la journée. Matériaux en mains.

Station de gazoline \$8,000. Coin des rues Notre-Dame et Ste-Margue-

rite. Propriétaire: Consumers Gasoline Supply Co. Ltd, rues St-Urbain et Marie-Anne. Entrepreneurs généraux: Church & Ross, 110 rue Cathcart. Feront faire tous travaux à la journée. Pas de matériaux requis.

Réparations à entrepôt \$34,000, rue Monarque. Propriétaire: Molsons Brewery, 906 rue Notre-Dame Est. Entrepreneurs généraux: Church & Ross, 110 rue Cathcart. Feront faire tous travaux à la journée. Pas de matériaux requis.

Garage \$14,500, 40 rue Ste-Anne. Propriétaire: Dominion Transport Co, 5 Place d'Youville. Entrepreneurs généraux: Murray & McRitchie, 127 rue Stanley. Feront faire tous travaux à la journée. Pas de matériaux requis.

Résidence \$4,000, 252 rue Lebrun. Propriétaire et entrepreneur général: A. Turcotte, 2780 rue St-Hubert. Travaux à faire à la journée. Propriétaire achète matériaux à mesure des besoins.

Résidence \$3,500. Propriétaire: A. Gendron, 202a rue Villiers. Travaux à faire à la journée par le propriétaire, qui achète matériaux suivant besoins.

3 résidences \$30,000, avenue Wilson, N. D. G. Propriétaire et entrepreneur général: J. Gilletz, 22 rue Mayor. Architecte: D. J. Crighton, 851 avenue Oxenden. Entrepreneur général demande prix pour boiserie et brique.

Entrepôt \$14,600. Rue St-Patrick. Propriétaire et entrepreneur général: Canadian Rolling Mills, 107 rue Hamilton. Propriétaire fera faire balance des travaux à la journée. Pas de matériaux requis.

Fabrique de chaussures \$16,000, coin des rues Lafontaine et Visitation. Propriétaire: Smardon Shoe Co. Ltd, 593 rue Visitation. Architectes: Ross & McDonald, 1 rue Belmont. Entrepreneurs généraux: Robertson Bros., rue Desnoyers. Accorderont sous-contrats. Pas de matériaux requis.

Réparations à résidence \$2,000. Propriétaire et entrepreneur général: John Walsh, 3230 rue Drolet. Travaux à faire à la journée par le propriétaire qui achète matériaux.

Réparations à résidence \$1,000. 179-181-183 rue Notre-Dame Est. Propriétaire: Succession L. A. St-Louis, 179 rue Notre-Dame Est. Entrepreneur général: J. Vezina, 122 rue Beaudry. Fera faire tous travaux à la journée. Pas de matériaux requis.

Résidence \$3,000, rue Stewart près rue Abraham. Propriétaire, entrepreneur général, maçonnerie, charpente, toiture, plâtre et peinture: A. C. Dixon, 2642 rue Mance. Accordera contrat pour électricité et fera faire balance des travaux à la journée. Tous matériaux achetés.

QUEBEC

Garage public \$5,000, 5ème rue. Limoilou. Propriétaire: R. Jobidon, 8ème avenue, Limoilou. Travaux à faire à la journée.

Grange \$200. Propriétaire: F. Lachance, 19ème rue, Limoilou. Travaux à faire à la journée.

Résidence \$4,000. Propriétaire P. L. Denis, 380 rue de la Reine. Entrepreneur général: A. Deslauriers, 400 rue St-François.

Toitures, Ciments, Peintures Industrielles, Etc.,

Barrett

L'ÉTÉ est arrivé, amenant avec lui une demande croissante de ces produits Barrett. Assurez-vous d'être bien approvisionné—laissez le nom Barrett augmenter votre réputation et vos profits. C'est exactement ce qu'il fait.

Ciment Liquide à Toiture Everlastic



SANS égal pour restaurer les vieilles toitures en feutre ou caoutchoutées. Il a la consistance de la mélasse épaisse. Il est facile à appliquer et sèche rapidement en une couche dure, élastique et extraordinairement durable. A l'épreuve de la moisissure, des acides, alcalis et fumées. A la même base que le "Specification Pitch" de Barrett qui est fameux pour ses qualités imperméables. Se vend prêt à l'usage en emballages allant de la boîte d'une pinte au baril de 40 gallons.



Elastigum Ciment Plastique à Rapiécier



LE ciment plastique aux mille usages résistant, élastique, adhérent, imperméable. Facile à appliquer, adhère obstinément aux surfaces humides ou sèches.

Sans égal pour boucher les trous et les fentes dans les toitures de toutes sortes et pour réparer les puits de lumière, redoubler les gouttières, garnir les corniches, enduire les citernes, etc. Sa durée et son élasticité ne sont pas affectées par les changements de température. Il reste adhérent malgré les conditions atmosphériques les plus rigoureuses.

L'Elastigum est un matériel de réparation populaire pour lequel les marchands trouveront cette année une demande extraordinaire.

En boîtes de 1 lb (24 à la caisse); paquets de 5 lbs (12 à la caisse); paquets de 25 lbs; 1-2 barils (environ 300 lbs) et baril (environ 600 lbs).



VOICI quelques autres produits de Barrett prêts à faire de l'argent pour vous. Ils portent tous le nom de Barrett—et ils sont tous de la qualité Barrett—la populaire couverture caoutchoutée

Everlastic, la peinture élastique au carbone Everjet, le Ciment à chaudière Nox-Aer-Leek, Créonoid (huile contre les mouches) Destructeur de poux et pulvérin à vaches.

ST. JOHN, N.B. HALIFAX, N.S.
SYDNEY, N.S.

The **Barrett** Company
LIMITED

MONTREAL
WINNIPEG

TORONTO
VANCOUVER

Macaroni

Marque Supérieure



Le nouveau macaroni qui est tout ce que son nom comporte :

SUPERIEUR comme saveur.
SUPERIEUR comme qualité.
SUPERIEUR en tous points.



Le Macaroni Supérieur est fait avec le plus beau blé dur Canadien par des experts dans une fabrique claire et moderne.



Examinez votre stock de macaroni, vermicelle et spaghetti et faites une commande d'essai de la marque Supérieure — le Macaroni qui est réellement supérieur.

SEULS AGENTS DE VENTE POUR LE CANADA

Sainsbury Bros.

116 Edifice St-Nicolas, - MONTREAL.

VANCOUVER
134 Abbott St.

WINNIPEG, Man.
510 Confederation Bldg

TORONTO
215 Board of Trade Bg.

HALIFAX
223 Hollis St.

The Superior Macaroni Co. Ltd.
TORONTO, ONT.

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant",
vous vous assurez un meilleur service.

Le Marché de l'Alimentation

Mercredi, 11 août 1920.

Le marché de l'alimentation est assez actif dans certaines lignes. Le beurre, les viandes cuites et conserves, les oeufs et le poisson sont en grande demande. Plusieurs articles ont changé de prix: le beurre, le saindoux, le shortening et quelques genres de poisson ont diminué, tandis que les oeufs, les porcs vivants et le vieux fromage sont cotés plus cher.

Les gens qui vont en pique-nique ou qui vont camper consomment des quantités considérables de poisson, de viandes cuites et conservées ainsi que des oeufs. Autrement le commerce de la ville est quelque peu limité. Il y a eu d'assez bons arrivages de porcs aux abattoirs, mais sur le lot il n'y a qu'un nombre limité de qualité supérieure et c'est une des raisons qui ont contribué à faire augmenter le prix du porc vivant ou paré.

VIANDES FRAICHES

Nous cotons:

Porcs vivants	19.00	21.00
Porcs préparés—		
Tués aux abattoirs, petits		
65-90.	30.50	
Porc frais—		
Bigot de porc (trimé)	0.37½	
Longes (trimées)	0.45½	
Longes (non trimées)	0.41	
Epaules (trimées)	0.34	
Saucisse de porc (pure)	0.26	
Saucisse de ferme	0.20	

Boeuf frais—

(Steers et Heifers):

Quartiers derrière	0.28	0.34
Quartiers devant	0.18	0.20
Longes	0.46	
Côtes	0.32	
Chucks	0.17	
Hanches	0.35	
(Vaches)—		
Quartier derrière	0.23	0.30
Quartiers devant	0.14	0.18
Longes	0.40	
Côtes	0.28	
Chucks	0.18	
Hanches	0.18	
Veaux (suivant qualité)	0.22	0.28
Agneaux, 50-80 lbs (entiers), la lb.	0.32	
Mouton, 45-50 lbs No 1.	0.22	0.30

VIANDES EN BARILS

Nous cotons:

Porc en baril—		
Canadian short cut (brl)		
morceaux de 26-35	48.00	
Dos clear fat (brl) mor-		
ceaux de 40-50	52.00	
Porc heavy meat (brl)	52.00	
Boeuf plate	28.00	
Boeuf meat	25.00	
Porc engraisé aux pois	48.00	
Lard gras, épaule	49.00	

VIANDES CUITES

Nous cotons:

Langue de porc en gelée	0.47	
-----------------------------------	------	--

Boeuf pressé en gelée, la lb.	0.38	
Jambon et langue, la lb.	0.38	
Veau et langue	0.35	
Epaules, rôties	0.50	
Jambons cuits	0.66	
Epaules, bouillies	0.43	
Pâtés de porc (doux)	0.80	
Boudin, la lb.	0.12	
Mince meat, la lb.	0.15	0.19
Saucisse de porc, pure	0.26	
Bologne, la lb.	0.18	

LE BACON

Nous cotons:

Jambons—		
8-10 livres	0.48	
Medium, fumé, la livre:		
12-15 livres	0.40	
14-20 livres	0.48	
20-25 livres	0.40	
25-35 livres	0.38½	
Plus de 35 livres	0.35½	

Bacon—

Déjeuner	0.45	0.53
Cottage roulé	0.40	
Jambons Picnic	0.34	

LE SHORTENING

Nous cotons:

Tierces, 400 lbs, la lb.	0.26	
Tinettes, 50 lbs, la lb.	0.27½	
Seaux, 20 lbs, la lb.	0.27	
Morceaux, 1 lb, la lb.	0.28	

LE SAINDOUX

Nous cotons:

Tierces, 400 lbs, la lb.	0.28½	0.29½
Tinettes, 50 lbs, la lb.	0.28½	0.29½
Seaux, 20 lbs, la lb.	0.29	0.30
Morceaux, 1 lb, la lb.	0.31	0.32

LE FROMAGE

Nous cotons:

Nouveau, grand, la lb.	0.29	0.30
Double, la lb.	0.31	0.32
Triple, la lb.	0.32	
Stilton, la lb.	0.36	
Fantaisie, vieux fromage, la lb.	0.34	

LA MARGARINE

Nous cotons:

Margarine—		
En moules, suivant la		
qualité, la lb.	0.37	
En tinettes, suivant la		
qualité, la lb.	0.31	0.35
White Nut	0.35	

LE BEURRE

Nous cotons:

Crèmerie, moule, qualité		
entrepôt	0.60	
Laiterie, en tinette	0.49	
Laiterie, moules	0.52	0.53
Cuisine	0.46	

LES OEUFS

Nous cotons:

Frais pondus	0.58	0.64
------------------------	------	------

LA VOLAILLE

Nous cotons:

Poule	0.38	0.42
Poulet	0.54	0.58
Poulet (gelé)	0.42	0.45
Dindes	0.53	
Dindons	0.55	

Oies	0.36	0.33
Canards domestiques	0.42	0.43
Canards du lac Brôme	0.47	

LE POISSON

Nous cotons:

Poisson frais

Haddock	0.07½	0.08
Morue, pour tranches	0.11	0.12
Morue, pour le marché	0.07	0.07½
Crevettes	0.50	
Homards vivants	0.60	
Saumon de Gaspé	0.50	
Saumon (B.C.), la lb.,		
rouge	0.35	0.38
Maquereau	0.16	0.16
Poisson blanc	0.22	
Alose		
Flétan	0.26	0.27
Brochet	0.15	
Carpe	0.15	
Barbotte	0.15	
Perchaude	0.15	

Poisson fumé

Haddies, BXs, la lb.	0.15	
Filets	0.20	
Bloaters, la boîte	1.50	
Kippers	2.50	
Hareng fumé sans arêtes	0.15	

Poisson gelé

Gaspereaux, la lb.	0.06½	0.07
Flétan, gros et petit	0.19	0.20
Flétan, de l'Ouest, moyen	0.21	0.22
Haddock	0.07½	0.08
Maquereau	0.15	0.16
Doré	0.16	0.17
Morue en tranches	0.08½	0.09
Saumon de Gaspé, la lb.	0.29	0.30

Morue—

Morue, gros baril, 200 lbs.	16.00	
Morue, No 1, medium, brl		
de 200 lbs.	15.00	
Morue No 2, brl de 30 lbs	12.50	
Pollock No 1, brl de 200		
lbs.	10.00	
Morue, sans arêtes, (bo-		
tes de 30 lbs), la lb.	0.20	
Morue, sans arêtes, (car-		
tons de 24 lbs), la lb.	0.18	
Morue (Ivory), morceaux		
de 2 lbs, boîtes de 20		
lbs.	0.15	
Morue, sans arêtes (2		
lbs)	0.20	
Morue, en filaments (bo-		
tes de 12 lbs)	2.40	2.50
Morue séchée, ballots de		
100 lbs.	16.00	
Hareng saur, la boîte	0.24	

L'ÉPICERIE

Mercredi, 11 août 1920.

Le marché de l'épicerie, bien que calme sous certains rapports, est actif dans d'autres; et l'on s'attend à ce que l'activité reprenne sur toutes les lignes en général d'ici quelques semaines. Il y a un certain nombre de changements dont la plupart sont dans le sens de la hausse, bien qu'il y ait une ou deux diminutions notables. La mélasse a diminué de 10 cents le gallon



Le Savon le plus populaire du Monde

La prochaine fois que vous rencontrerez un voyageur d'épicerie en gros, priez-le de vous parler de la demande extraordinaire de Palmolive. Il vous dira comment la puissante publicité. Palmolive dans les magazines et journaux Canadiens et Américains, est en train de créer de nouveaux consommateurs par millions.

Palmolive est le savon que le voyageur d'épicerie en gros aime le mieux à vendre, parce que c'est celui qui se vend le mieux, parce que c'est le plus profitable aussi bien pour le marchand de gros que pour le détaillant, parce qu'il ne manque jamais d'occasionner des ventes répétées.

Les ventes de Palmolives ne ralentissent jamais. Elles vont toujours en augmentant dans chaque territoire.

'Demandez a n'importe quel voyageur d'Epicerie en gros'

THE PALMOLIVE COMPANY OF CANADA, Limited

Toronto, Ontario.



Le meilleur Sel

Depuis des années les produits de la Compagnie "Canadian Salt" tiennent le premier rang.

La qualité et la pureté les caractérisent:

SEL DE TABLE WINDSOR
(pour l'usage général de la maison)

SEL DE TABLE REGAL
(coulant facilement—vendu en cartons.)

SEL DE LAITERIE WINDSOR

SEL A FROMAGE WINDSOR

L'usine la mieux aménagée du Dominion jointe à l'habileté scientifique du personnel, sont parvenues à rendre nos Sels fameux dans tout le Canada, pour l'usage domestique, sur la ferme ou à la laiterie.

FAITS EN CANADA

The Canadian Salt Co., Ltd.

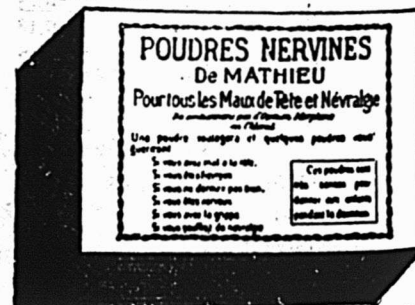
WINDSOR, Ont.

LES LIGNES DE MATHIEU EN STOCK SONT MIEUX QUE DE L'ARGENT EN BANQUE.



L'efficacité du sirop de Mathieu au goudron et à l'huile de foie de morue comme fortifiant et comme remède au rhume, à la grippe, au rhumatisme, à la fièvre, en a fait un produit qui se vend constamment. Vous pouvez le recommander avec la certitude que vos clients en auront toute satisfaction. Pour les enfants il n'a pas son égal, surtout pendant les mois froids de l'hiver.

Lorsque vous vendez les poudres nervines de Mathieu, vous offrez un remède exceptionnel pour les maux de tête, névralgies, etc.



La marge régulière de bénéfices fait de ces produits une proposition appréciable et vous pouvez être absolument certains qu'ils justifieront votre haute recommandation.

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

et les amidons sont en baisse. Les sirops blanc et de blé d'Inde sont également réduits. Le mincemeat et le catsup ont augmenté, de même que quelques lignes de marinades, sauces à salade, sauces Chili, poudres à gelée et à crème à la glace. Les confitures sont cotées plus cher. Les homards mis en boîte cette année sont sur le marché à un prix plus élevé et on cote de nouveau l'huile d'olive venant de France. Tout le sucre raffiné se vend maintenant sur la base de \$24.00. La féculé de pomme de terre a diminué de prix.

LA FARINE

Nous cotons:

Farines de blé—

Chars straight ou mixtes, 50,000 lbs, sur la voie, le baril, en (2) sacs de juste, 98 lbs.	14.85
La lb. en (2) sacs de coton, 98 lbs.	15.05
Petits lots, le baril (2) sacs de juste, 98 lbs.	15.15
Farine de blé d'hiver (baril).	14.50

FOIN ET GRAIN

Nous cotons:

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

Foin:

Bon, No 1, tonne de 2,000 lbs.	29.00	30.00
Bon, No 2	27.00	28.00
Bon, No 3	27.00	28.00
Paille.	15.00	

Avoine:

No 2 C.W. (34 lbs)	1.20	1.22
No 3 C.W.	1.18	1.20
Extra Feed.	1.18	1.20
No 1 Feed.	1.17	1.18
No 2 Feed.	1.15	1.16

Orge:

No 3 C.W.	1.80
No 3.	1.78
No 4 C.W.	1.74
Feed.	1.60

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

LE SUCRE

Nous cotons:

Atlantic, extra granulé.	24.00
Acadia, extra granulé.	24.00
St. Lawrence, extra granulé.	24.00
Canada, extra granulé.	24.00
Dominion Cristal, granulé.	24.00
Glacé, barils.	24.20
Glacé, (boîtes de 25 liv.)	24.60
Glacé, (boîtes de 50 liv.)	24.40
Glacé, 1 livre.	23.60
Jaune No 1.	23.50
Jaune No 2 or.	23.40
Jaune No 3.	23.20
Jaune No 4.	24.10
En poudre, barils.	24.30
En poudre, 50s.	24.50
En poudre, 25s.	24.70
Cubes et dés, 100 lbs.	24.80
Cubes, boîtes de 60 lbs.	25.00
Cubes, boîtes de 25 lbs.	26.50
Cubes, paq. de 2 lbs.	24.60
En morceaux Paris, barils.	24.60
En morceaux 100 lbs.	24.80
En morceaux boîtes de 60 lbs.	24.80

En morceaux boîtes de 25 lbs.	25.00
En morceaux cartons 5 lbs.	26.75
En morceaux cartons 2 lbs.	26.50
Crystal Diamond, barils.	24.60
" " boîtes 100 lbs.	24.70
" " boîtes 50 lbs.	24.80
" " boîtes 25 lbs.	25.00
" " caisses de 20 cartons.	25.75

LA MELASSE

Nous cotons:

Sirop de blé-d'Inde:—

Barils environ 700 livres.	0.10
½ barils.	0.10½
Kegs.	0.11½
Boîtes de 2 livres, caisse 2 doz., la caisse.	6.45
Boîtes de 5 livres, caisse 1 doz., la caisse.	7.45
Boîtes de 10 livres, caisse ½ doz., la caisse.	7.15
2 galls, seau 25 lbs., chauc.	3.10
3 galls, seau 38½ lbs, chaque.	4.65
5 galls, seau 65 lbs, chaque.

Sirop de blé-d'Inde blanc:

Boîtes de 2 livres, 2 doz. à la caisse.	7.05
Boîtes de 5 livres, 1 doz. à la caisse, la caisse.	8.05
Boîtes de 10 livres, caisse ½ la caisse.	7.75
Sirop de canne (Crystal Diamond):	
Boîtes de 2 livres, 2 doz. à la caisse.	8.50
Barils, les 100 livres.	12.25
½ barils, les 100 livres.	12.50

Mélasses des Barbades:—

Prix pour l'Île de Montréal.

Tonnes.	1.65
Barils	1.68
Demi-barils.	1.70

CEREALES

Nous cotons:

Céréales—

Cornmeal, golden, granulé.	5.60
Orge perlé (sac de 98 lbs).	8.25
Orge mondé, (98 lbs).	7.25
Farine de sarrasin (8 lbs) nouv.	6.50
Hominy gruau, (98 lbs).	6.50
Hominy perlé, (98 lbs).	6.50
Graham, farine.	6.25
Graham, baril.	13.75
Oatmeal (standard granulé).	7.25
Avoine roulée, 90s (en vrac).	6.50

PRODUITS EN PAQUETS

Nous cotons:

Breakfast food caisse 18	3.50
Coco, paq. de 2 onces, douz.	0.78½
Coco, cartons de 20 lbs, lb.	0.86
Flocons maïs, caisse 3 doz.,	3.50, 3.65, 3.50, 4.25
Flocons, avoine, 20s.	5.40
Avoine roulée, 20s.	6.50
Avoine roulée, 18s.	2.42½
Avoine roulée, grand, douz	3.00
Oatmeal, coupe fine, paquets, caisse.	6.75
Riz puffé.	5.70
Blé puffé.	4.25
Farina, caisse.	2.35
Hominy, perlé ou grain, 2 doz.	3.65
Health bran, (20 paquets) caisse.	2.60
Orge perlé écossais, caisse	2.60
Farine à crêpe, caisse.	3.60
Farine à crêpe, préparée, douz.	1.50
Wheat food, 18-1½.	3.25
Farine de sarrasin, caisse.	3.60

Flocons de blé, caisse 2 doz.	2.95
Oatmeal, coupe fine, 20 paquets	6.75
Blé à porridge, 36s. caisse.	7.30
Blé à porridge, 20s. caisse.	7.50
Farine préparée (paquets de 3 lbs), douz.	3.25
Farine préparée (paquets de 6 lbs), douz.	6.40
Corn Starch (préparé).	0.13½
Farine de pomme de terre.	0.16
Empois (buanderie).	0.12½
Fleur taploca.	0.15 0.16

Poudre à pâte "The Cook's Favorite"—

la douzaine

Boîte carrée, 1 lb. (2 doz. par caisse).	3.45
Boîte ronde, 1 lb. (3 doz. par caisse).	1.35
Boîte ronde, ½ lb. (2 doz. par caisse).	3.35
Boîte ronde, ¼ lb. (2 doz. par caisse).	2.00
Escompte spécial par lot de 20 caisses.	

FARINE PREPAREE DE BRODIE ET HARVIE

"XXX" (étiquette rouge) Paquets de 3 lbs, la douz.	3.25
"XXX" (étiquette rouge) Paquets de 6 lbs, la douz.	6.40
Superbe (étiquette rouge) paquets de 3 lbs, la douz.	3.15
Superbe (étiquette rouge) paquets de 6 lbs, la douz.	6.20
Crescent (étiquette rouge) paquets de 3 lbs, la douz.	3.20
Crescent (étiquette rouge) paquets de 6 lbs, la douz.	6.30
Crêpes (étiquette rouge) paquets de 1½ lbs, la douz.	1.60

LES CONSERVES

CONSERVES DE LEGUMES—

Asperges (américaines vertes), doz. 2½s.	4.50	4.85
Fèves, Golden Wax.	2.00	2.00
Asperges importées, 2½s.	5.50	5.55
Fèves, Refuges.	2.00	
Blé-d'Inde (2s)	1.82	
Betteraves, 2 lbs.	1.35	
Carottes (tranchées) 2s.	1.45	1.75
Blé-d'Inde (en épis) gal.	7.00	7.50
Epinards, 3s.	2.85	2.90
Epinards, Can. (2s).	1.80	
Epinards Californie, 2s.	3.15	3.50
Tomates, 1s.	1.45	1.50
Tomates, 2s.	1.50	
Tomates, 2½s.	1.90	
Tomates, 3s.	7.02½	7.05
Tomates, gallons.	1.20	1.55
Citrouille, 2½s. (douz.)	4.00	
Citrouille, gallon (douz.)	1.95	
Pois, standards	1.92½	2.05
Pois, early June	3.00	
Pois, très fins, 20 oz.	1.90	
Pois importés—		
Fins, caisse de 100, la caisse.	27.50	
Extra fins.	30.00	
No 1. L	23.00	

CONSERVES DE FRUITS

Pommes, 2½s. douz.	1.40	1.65
Pommes, 3s., douz.	1.80	1.95
Pommes, gall., douz.	5.25	5.75
Blueberries, 2s.	2.40	2.45
Groscilles, noires, 2s douz.	4.00	4.05
Cerises, rouges, sans noyau, sirop épais, la douz.	4.80	5.15
Cerises blanches, sans noyau.	4.50	4.75

LE RIZ

Nous cotons:		
Caroline.	18.00	21.00
Rangoon "B".	12.50	
Rangoon "CC"	12.25	
Riz briés, fin.	10.00	
Tapioca, la lb. (seed).	0.11½	0.12½
Tapioca, (pearl).	0.11½	0.12½

LE THE

Nous cotons:		
Thés Japon—(nouvelle récolte)		
Choix	0.85	
Early Picking	0.90	
Meilleures variétés	1.00	
Javas—		
Pekeos	0.44	0.45
Orange Pekeos brisé	0.45	0.48
Orange Pekeos	0.45	0.48

Les qualités inférieures de thés brisés peuvent être obtenues des marchands de gros sur demande à des prix raisonnables.

LE CAFE ET LE CACAO

Café—		
	La livre	
Rio.	0.33½	0.35½
Mexique.	0.50	0.51
Jamaïque.	0.46	0.48
Bogota.	0.49	0.51
Mocha (genre).	0.50	0.52
Santos, Bourbon.	0.47	0.49
Santos.	0.47	0.48
Cacao—		
	La-douz.	
Boîtes, 1 lb.	5.00	
Boîtes, ½ lb.	3.00	
Boîtes, ¼ lb.	1.60	
Petite taille.	1.15	

LES POIS ET LES FEVES

Fèves—		
Fèves canadiennes, triées		
à la main.	5.00	5.25
Japonaises.	5.25	5.40
Lima japonaises, la lb., suivant la qualité.	0.10	0.12
Lima, Californie.	0.20	
Pois—		
Blanc, le minot.	5.00	
Bleus, le minot.	5.40	
Cassés, récolte nouvelle (98 lbs.).	8.25	8.50
Pour bouillir, le boisseau	4.80	5.00
Japonais, verts, la lb.	0.10½	0.11

LES ENGRAIS

Nous cotons:		
Engrais—		
Son, wagons mélangés	54.25	
Short, wagons mélangés	61.25	
Moulée d'avoine	70.00	78.00
Farine à bestiaux, 98 lbs.	3.80	
Engrais de gluten:		
f.o.b. Cardinal.	66.00	
f.o.b. Fort William.	64.00	

PEAUX VERTES ET LAINES

Peaux de cheval, la pièce.	5.00	
Peaux de mouton, la pièce	0.60	
Peaux de bœuf ou vache, la lb.	0.18	
Peaux de taureau, la lb.	0.14	
Peaux de veau de lait, la lb.	0.26	
Peaux de veau de son, la lb.	0.28	
Laine lavée, la lb.	0.80	
Laine non lavée.	0.20	

PARAFFINE

Cire paraffine, la lb.	0.21	
--------------------------------	------	--

LEGUMES

Nous cotons:		
Tomates de Floride (caisse 40 lbs).	12.00	

Haricots nouveaux importés		
(manne)	7.00	
Betteraves nouvelles, sac		
(Montréal).	3.50	
Concombres, manne.	6.00	
Chicorée, douz.	0.50	
Chou-fleur américain, douz., double caisse	
Chou-fleur américain, douz. caisse simple	
Chou (Montréal) caisse.	6.50	
Carottes (sac).	1.75	
Ail, lb.	0.50	
Rai fort, lb.	0.60	
Laitue (Boston), caisse.	5.50	
Poireaux, douz.	4.00	
Menthe.	0.60	
Champignons, lb.	1.00	
Oignons jaunes, 75 lbs, sac.	8.00	
Oignons rouge, 75 lbs	
Oignons Texas, caisse.	3.00	
Oignons espagnols, caisse	
Salsifis, douz.	0.50	
Persil (canadien).	0.75	
Piments verts, douz.	0.50	
Panais, sac.	1.75	
Pommes de terre. Nouvelles, (Montréal), sac 90 lbs. 2.00		
Pommes de terre, Nouvelles, des E.-E., le quart.	\$8.50	15.00
Pommes de terre sucrées, manne. 3.50 3.75		
Radis américains, douz.	0.75	
Épinards, baril.	6.00	
Navets, (Québec) sac.	2.50	
Navets (Montréal).	2.00	
Tomates, serre, lb.	0.40	
Laitue, Floride (manne).	9.00	
Persil américain, douz.	1.50	
Céleri, Floride (caisse 4 douz.)	10.00	
Cresson (douz.).	0.75	

LES FRUITS

Pommes—		
Baldwins	7.50	8.00
Ben Davis No 1.	6.00	7.00
Greenings.	7.50	8.00
Gravensteins.
Spies.	10.00	
Rouges d'hiver.	6.50	7.00
Pommes en caisses.	5.00	5.50
Bananes (suivant qualité) le régime. 6.00 7.00		
Airelles, baril	11.00	
Airelles, gallon.	0.80	
Raisin, Emperor, keg.	13.00	
Pamplemousse Jamaïque, 64, 80, 96. 5.00		
Pamplemousse Floride, 54, 64, 80, 96. 6.00		
Citrons, Messine.	8.00	
Poires, Calif.	5.00	
Grenades, (boîtes d'environ 80).		
Oranges, Cal., Valencia.. . . .	9.50	
Oranges, Cal., Navels	8.00	
Oranges, Floride, caisse.	6.00	
Ananas, caisse	8.50	

FRUITS SECS

Abricots, fancy.	0.40	
" de choix.	0.34	
Abricots, slabs.	0.30	
Pommes (évaporées)	0.19	
Pêches (fancy).	0.26	0.30
Poires de choix.	0.30	0.35
Pelures séchées:		
De choix.	0.26	
Ex. fancy.	0.30	
Limon.	0.45	
Citron.	0.60	
Pelures (mélangees et tranchées) doz. 3.25		
Raisin:		
En vrac, boîtes de 25 lbs., la lb.	0.18	0.22

Muscata, 2 couronnes.	0.33	
" 1 couronne.	0.23	
" 3 couronnes.	0.24	
" 4 couronnes.	0.19½	0.20
Sans pepins de Calif., cartons, 16 onces. 0.26 0.27		
Corinthès, (loose).	0.19	
Corinthès grecs, 16 onces.	0.24	
Epepiné, fancy.
15 onces.	0.26	0.27
Dattes, Excelcior (36-10 15 onces. 0.25		
Farcies, boîtes de 12 lbs.	3.25	
En paquets seulement.	0.19	0.20
" Dromadaire (36 10 onces). 0.19		
En paquets seulement, Excelcior. 0.20		
Figues (par couches) boîtes de 10 lbs, 2s, la lb. 0.40		
Figues, 2½, la lb.	0.45	
" 2½, la lb.	0.48	
" 2½, la lb.	0.50	
Figues blanches (70 boîtes 4 onces). 5.40		
Figues espagnoles (pour cuire) 28 boîtes de 1 lb chacune. 0.18		
Pruneaux (boîtes de 25 lbs):		
20-30s.	0.33	
30-40s.	0.30	
40-50s.	0.27	
50-60s.	0.23	
60-70s.	0.23	
70-80s (boîtes de 25 lbs)	0.20	
80-90s.	0.19	
90-100s.	0.17½	
100-120s.	0.16	0.17

LES NOIX

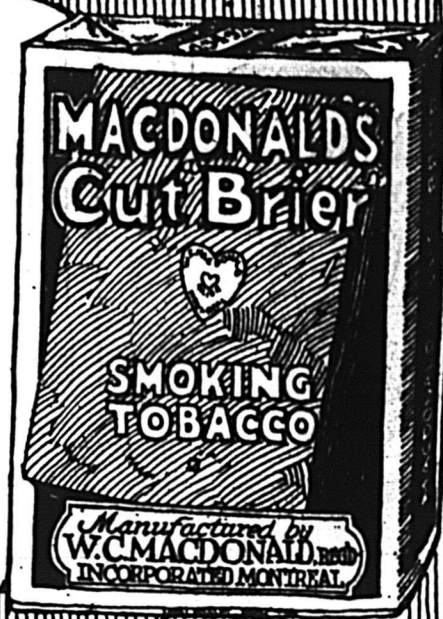
Amandes Tarragone, la lb.	0.24	0.26
Amandes (escalées).	0.60	
Amandes (Jordan)	0.75	
Noix du Brésil, (nouvelles)	0.28	
Chataignes (canadiennes)	0.27	
Avelines (Siècle), la lb.	0.20	0.23
Avelines Barcelone.	0.25	0.26
Noix Hickory (grosses et petites). 0.10 0.15		
Pecans (New Jumbo) la lb.	0.25	

Peanuts (rôties)—

Jumbo.	0.24	
Salées espagnoles, la lb.	0.29	0.30
Escalées No 1, Espagnoles.	0.24	0.25
Escalées No 1.	0.16½	0.18
Escalées No 2.	0.14	
Peanuts (salées)—		
Fancy entières, la lb.	0.33	
Fancy cassées, la lb.	0.23	
Pecans (nouvelles Jumbo) la lb. 0.29 0.35		
Pecans, grosses, No 2, polies.	0.33	0.35
Pecans, Nouvelle-Orléans, No 2.	0.21	0.24
Pecans, "Paper shell", très grosses Jumbo. 0.60		
Pecans, escalées.	1.60	1.70
Noix (Grenoble).	0.29	0.35
Noix (Nouvelles de Naples)	0.23	
Noix (escalées).	0.60	
Noix (Chili).	0.23	

LES EPICES

Allapice.	0.22	
Cassia.	0.23	0.25
Cannelle—		
Rouleaux.	0.35	
Pure moulu.	0.35	0.40
Clous.	0.85	0.90
Crème de tartre (française pure). 0.75 0.80		
Chicorée canadienne.	0.20	



Encore de nouveaux avantages avec notre Tabac a Fumer Hache

Tous ceux qui apprécient la qualité, désirent le tabac Macdonald, mais dans le passé quelques personnes ont exprimé le désir d'avoir leur marque favorite sous la forme hachée. Nos deux nouveaux emballages offrent de gros avantages aux détaillants de "Cut Brier" et "British Consols".

A FUMER EN PALETTES

BRIER
INDEX
BRITISH CONSOLS

A CHIQUER EN PALETTES

PRINCE OF WALES
CROWN
BLACK ROD (Torquettes)
NAPOLEON

A FUMER HACHE

Cut Brier et British Consols

Nos agents vendeurs sont les suivants:

Hamilton — Alfred Powis & Son.
London — D. C. Hannah.
Manitoba, Saskatchewan et Alberta—The W. L. Mackenzie & Co., Limited, Winnipeg.
Colombie Anglaise—The W. L. Mackenzie & Co. Limited, 1314 Standard Bank Bldg, Vancouver.

Québec — H. C. Fortier, Montréal.
Nouvelle-Ecosse — Pyke Bros, Halifax.
Nouveau-Brunswick — Schofield & Beer, St-Jean.
Kingston — D. Stewart Robertson & Sons.
Ottawa — D. Stewart Robertson & Sons.
Toronto — D. Stewart Robertson & Sons.

W. C. MACDONALD, REG'D.

Incorporated

MONTREAL.



Rien de Meilleur que les Brosses

SIMMS

La supériorité des Simms sur les autres brosses et balais est le résultat de 54 années d'efforts consciencieux pour produire une ligne de brosses et balais qui soient parfaits comme matériel et comme construction. Une garantie de qualité accompagne chacun de nos produits.

Brosses	Brosses à chaussures
Petits balais	Brosses à poêles
Pinceaux à peinture	Brosses à plancher
	Brosses à savonner

Chacun des articles ci-dessus est d'une vente certaine et profitable pour vous. Votre client sera satisfait — il recevra la meilleure valeur pour son argent.

Mettez en stock notre ligne et emparez-vous du commerce de brosses et balais de votre district.

T. S. Simms & Co., Limited

Fabricants des Meilleurs Balais et Meilleures Brosses depuis 54 ans.

Siège Social: ST. JOHN, N.-B.
MONTREAL TORONTO LONDON

FAITES RENTRER VOTRE ARGENT 12 FOIS PAR AN

Un plus gros volume d'affaires avec une coupe propre et une emballage qui se vend vite, est pour l'épicier la solution des problèmes du jour. Les frais généraux augmentent—ses bénéfices sont restreints dans certaines lignes et dans d'autres ils sont nécessairement stationnaires.

"Easifirst" de Gunn conquiert la majorité de la clientèle partout où il peut être seulement exposé.



Il a la qualité. Il est aimé des ménagères qui s'y connaissent.

Mettez en Stock Easifirst
Il se vend

Gunn's

LIMITED

TORONTO et MONTREAL.

Quelque chose de nouveau !

FRAISES EN CONSERVE

mises en boites a Niagara Falls

Ces fraises en conserve contiennent deux fois la quantité de sucre employée ordinairement pour les fraises conservées dans le sirop épais.

QUALITE STRICTEMENT DE PREMIER CHOIX.

LES AVEZ-VOUS VUES?

DOMINION CANNERS LIMITED

HAMILTON - CANADA



Le chemin le plus court pour atteindre VOTRE livre de commande

Gold Dust sur vos rayons en pleine vue signifie Gold Dust sur votre livre de commande. Les Canadiennes, après avoir lu notre publicité, n'ont qu'à le voir pour l'acheter.

Placez les paquets Gold Dust là où vos clientes peuvent les voir.

Mettre en stock ce produit Canadien signifie de bons bénéfices pour vous et un roulement rapide par des ventes répétées.

THE N.K. FAIRBANK COMPANY
LIMITED
MONTREAL

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant", vous vous assurez un meilleur service.

Les aliments marins de la MARQUE BRUNSWICK

sont une ligne idéale pour l'été



Donnez une place dans vos étalages d'été aux aliments hygiéniques de poisson de la marque Brunswick et faites remarquer à vos clients comme ils sont pratiques pour préparer pendant les chaleurs des mets savoureux et appétissants qui ne demandent aucune cuisson.

Placez une ligne complète de produits marins de la marque Brunswick sur votre comptoir et sur vos rayons. Vous en aurez la vente.

CONNORS BROS., LIMITED,
BLACK'S HARBOR, N. B.

¼ Sardines à l'Huile.
¼ Sardines à la moutarde.
Finnan Haddies.
(Boîtes rondes)
Harengs Marinés
Harengs sauce tomate.
Clovisses.

Le Roastbeef de CLARK

M. l'Épicier, vaut la peine d'être poussé en cette saison. Boeuf du plus beau choix, délicieusement cuit et pressé de façon à se couper facilement en tranches. Économique pour votre client et avantageux pour vous.



LE SPAGHETTI DE CLARK

avec sauce tomate et fromage

Un mets savoureux et satisfaisant préparé avec les ingrédients les meilleurs. Est appétissant et nourrissant tout en étant de prix modéré.

Les "Bonnes Choses de Clark" sont toutes de bonne vente.

Faites en Canada, par des Canadiens.

W. Clark, Limited

Montréal



Fraises et Framboises

Récolte

1920

Notre conserve de l'année est maintenant prête à livrer. Faites avec les fruits les plus choisis et fraîchement cueillis, additionnés simplement de sucre de canne de toute première qualité, nos confitures sont absolument hygiéniques et pures.

La Marque

OLD CITY

est d'ailleurs avantageusement connue pour ses produits supérieurs, fabriqués dans une usine des plus modernes et des mieux équipées où tout le travail se fait dans des conditions d'hygiène et de propreté exceptionnelles.

C'est le moment de renouveler votre stock. N'hésitez pas à commander les produits de la récolte nouvelle. Vous les vendrez rapidement et en retirerez de bons bénéfices.

Old City Manufacturing Co., Reg'd

Fabricant de

Confitures, Gelées. Catsups et sirops de toutes sortes

QUEBEC, P. Q.

Les Post Toasties

sont les plus demandés de tous les flocons de maïs

La supériorité de ces flocons, assure non seulement la vente présente mais encore une popularité continue.

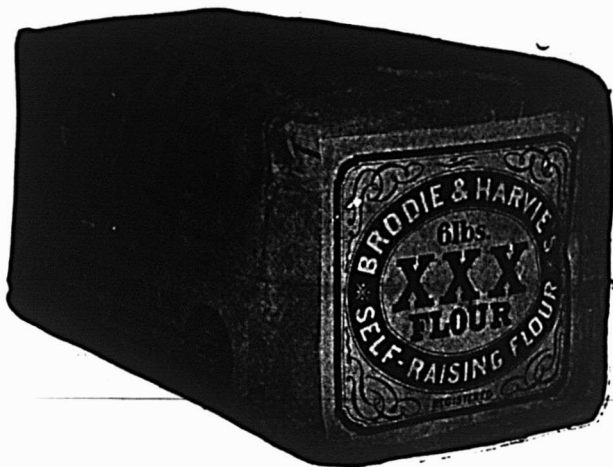
Tenez-vous bien approvisionnés

La demande est certaine. Le bénéfice est bon.

Le même traitement équitable qui a créé notre réputation se retrouve dans le commerce depuis le gros jusqu'au consommateur.



Canadian Postum Cereal Company, Limited
WINDSOR, ONTARIO.



La farine préparée de Brodie XXX satisfiera votre clientèle et lui donnera en même temps la meilleure valeur pour la moindre dépense.

Brodie & Harvie, Limited
Rue Bleury, Montréal.

Agents de vente:

J. B. Renaud & Cie Inc., Québec ;
Chadwick & Co., 34 Duke St., Toronto.

Nos Biscuits font plus que de donner une satisfaction ordinaire

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

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

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

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

DEMANDEZ-NOUS NOS LISTES DE PRIX

The Montreal Biscuit Co.

MANUFACTURIERS DE
BISCUITS ET CONFISERIES

MONTREAL

KLIM

Le lait pur séparé en poudre

Ne surit pas et ne se gâte pas pendant les chaleurs

Un fait convaincant qui fait de KLIM un grand favori en été. Il n'y a pas de perte. Il n'exige pas de glace pour le rafraîchir. KLIM est une poudre sèche — l'élément nutritif solide du lait pur séparé pasteurisé. KLIM, à son état sec, reste doux et frais dans la boîte jusqu'à complet usage.

Lorsqu'il est dissous dans l'eau, KLIM prend la forme et le goût du lait séparé liquide et sous cette forme il surit avec le temps tout comme tout autre lait surit sous forme liquide. Cette action normale prouve que KLIM est naturel, qu'il est simplement l'élément solide du lait séparé sans addition d'adouçissant, d'adultérant ou d'ingrédient de préservation.

Il peut être réduit à l'état liquide en un instant; il suffit pour cela d'en mélanger une certaine quantité dans de l'eau et la provision pour un repas ou pour la journée est prête. Dites à vos clients de ne mélanger KLIM qu'en petites quantités suivant les besoins. Le KLIM restant dans la boîte est toujours frais et doux — prêt à servir pour la cuisine, pour additionner au thé, au café et au cacao et pour tous les usages où le lait séparé donne satisfaction. KLIM est pratique, économique, absolument pur et recommandable.

Vous devriez avoir une provision de KLIM en trois dimensions — boîtes d'une demi-livre, d'une livre et de dix livres. Les clients commencent ordinairement avec les petits modèles. Les consommateurs réguliers achètent la boîte de dix livres par économie.

Commandez dans les maisons d'épicerie en gros.

CANADIAN MILK PRODUCTS LIMITED

319 Rue Craig Ouest
MONTREAL.

10-12 Rue St-Patrick,
TORONTO.

81 Rue Prince-William,
ST. JOHN.

132 Ave James E.,
WINNIPEG.

Distribution pour la Colombie Anglaise:

Kirkland & Rose, 132 Water St.,
Vancouver, C.-A.



Articles à ventes répétées

La satisfaction du client est le prélude nécessaire des ventes profitables qui se répètent.

Les Allumettes d'Eddy

et les

Articles en fibre durcie d'Eddy

se répètent toujours parce que la QUALITE qui satisfait y existe abondamment.

Vous trouverez avantageux de tenir toujours en mains un bon stock de produits d'Eddy. Notre publicité au consommateur aide à faire donner des résultats à tout étalage d'Eddy.

The E. B. EDDY COMPANY, Limited

HULL, Canada

Nous offrons pour livraison immédiate les marchandises suivantes :

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

**PRIX SPECIAUX POUR
LE COMMERCE**

J. J. DUFFY & CIE

117 RUE ST-PAUL OUEST, — MONTREAL

Manufacturiers de la Poudre à Pâte

COOK'S FAVORITE



LA LIMONADE DE VICHY

AU GAZ NATUREL

hygiénique, rafraichissante,
digestive,

est la seule boisson du genre possédant un certificat authentique de la Société d'Hygiène de France.

Les plus hautes récompenses aux expositions.

Prenez en stock cette
BOISSON IDEALE POUR L'ETE.

Adressez sans retard votre commande à:—

NAPOLEON MORRISSETTE

Importateur

16-18 Place Jacques-Cartier, - MONTREAL

NE DITES JAMAIS "TEINTURE" — DITES "RIT"

**Rit se vend facilement chaque
jour de l'année**



RIT

Lave et teint en une seule opération. Fait le travail instantanément. -- Couleurs fixes. -- Pas d'ébullition. **10c.**

La demande pour RIT n'a pas besoin d'être créée—elle existe maintenant. Elle va en augmentant tous les jours. Des milliers de femmes dans tout le pays emploient RIT régulièrement. Il a acquis la réputation générale d'un article de réelle valeur.

Les grands Magazines nationaux qui ont la plus grande circulation parlent du RIT à des milliers de Canadiennes. A ceci ajoutez la publicité dans les journaux locaux qui atteignent directement vos clients actuels et qui en amène à votre magasin d'autres qui peuvent être appelés à devenir des clients réguliers.

Nous vous offrons également une coopération appréciable pour votre magasin, sous forme d'étagères de comptoirs attrayants, découpés de magasin et affiches en couleurs douces, naturelles et flattant l'oeil de même que des prospectus portant votre nom, pour distribuer au comptoir ou par la poste. Vous pouvez les avoir en Français ou en Anglais, ou encore dans les deux langues.

De telles aides de vente relient directement votre magasin à notre campagne de publicité et vous mettent à même d'écouler rapidement la marchandise et d'encaisser le produit de ventes promptes et des bénéfices rapides.

Sunbeam Chemical Company of Canada, Limited

84-90 JARVIS STREET,

TORONTO, CANADA

Egalement à Chicago, New-York, et Los Angeles.

Banque d'Hochelega

Fondée en 1874

Capital autorisé - - - - - \$10,000,000
Capital versé et Réserve - - - 7,800,000
Total de l'Actif - - - - - 72,000,000

CONSEIL D'ADMINISTRATION:

J.-A. Vaillancourt, Président; l'hon. F.-L. Béique, Vice-Président; A. Turcotte; E.-H. Lemay; l'hon. J.-M. Wilson; A.-A. Larocque; A.-W. Bonner.

BEAUDRY LEMAN, Gérant-Général.

305 Succursales et sous agences en Canada.

42 Succursales dans la Cité et le District de Montréal.

Nous allouons l'intérêt au plus haut taux courant sur tout dépôt de \$1.00 ou plus fait à notre Département d'Épargne.

BANQUE PROVINCIALE DU CANADA

CAPITAL AUTORISÉ \$ 5,000,000.00
CAPITAL PAYÉ ET SURPLUS 2,000,000.00
ACTIF TOTAL: au-delà de 26,000,000.00

105 Succursales dans les Provinces de Québec, Ontario, Nouveau-Brunswick et de l'Île du Prince-Édouard.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

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

Vice-Président: W.-F. CARSLY.

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

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

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

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

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

BUREAU DE CONTROLE (Commissaires-censeurs)

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

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

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

BUREAU-CHEF

M. Tancrede BIENVENU,
Directeur-général.

M. J.-A. TURCOT,
Secrétaire.

M. M. LAROSE,
Inspecteur en chef.

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

Auditeurs représentant les Actionnaires
M. ALEX. DESMARTEAU, Montréal, M. J.-A. LARUE, Québec.

ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES DE MONTREAL

Préparant aux Situations Supérieures du Commerce, de l'Industrie et de la Finance.

Bibliothèque Economique.
Musée Commercial et Industriel.

Délivre les diplômes de "LICENCE EN SCIENCES COMMERCIALES", de "LICENCE EN SCIENCES COMPTABLES" et de "DOCTEUR EN SCIENCES COMMERCIALES".

Cours spéciaux de comptabilité. Pratique des affaires. Assurances, Banque, Expertises comptables, etc.

Le diplôme de "LICENCE EN SCIENCES COMPTABLES" donne droit à l'admission dans "L'Institut des comptables et auditeurs de la province de Québec" et dans "L'Association des comptables de Montréal" (Chartered accountants).

Les cours du soir d'espagnol et d'italien sont ouverts aux jeunes gens et aux jeunes filles.

Des BOURSES DU GOUVERNEMENT sont accordées aux élèves méritants.

Les examens d'admission commencent le 7 septembre prochain. Les cours reprennent le 14 septembre.

Pour tous renseignements, prospectus, inscription, etc., s'adresser au Directeur des Etudes.

399, AVENUE VIGER, MONTREAL.

AUX VOYAGEURS

Nos
MANDATS
de
VOYAGE

Ont rendu de grands services au public voyageur.

Ont cours dans le monde entier.

Sont payables au pair partout.

Sont économiques et pratiques.

Evitent les pertes de temps en voyage.

Protègent contre le danger de vol d'argent

et les ennuis qui en résultent pour un voyageur à l'étranger.

Notre Bureau de Paris (14, rue Auber) offre des avantages exceptionnels au commerce et au public voyageur. Adressez-vous à

La plus vieille Banque Canadienne-Française
LA BANQUE NATIONALE

— Fondée en 1860 —

BUREAU CENTRAL: QUEBEC, QUE.

310 Succursales et Agences au Canada.

Actif: plus de \$63,000,000.00.

CORRESPONDANTS DANS LE MONDE ENTIER. (4)

Téléphone 6632

JOS. TANGUAY

FABRICANT DE CHAUSSURES

34 Rue du Roi, - - - QUEBEC.

Angle St-Dominique,

Tél. 372w

Résidence: Tél. 2764w

ALBERT DONATI

MARCHAND-TAILLEUR

Habilllements Pressés et Nettoyés
avec soin et promptitude.

29, rue Saint-Joachim, - - - QUEBEC.

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant",
vous vous assurez un meilleur service.

FINANCES

LE TAUX DE L'INTERET

Son influence sur le prix de revient.

Le taux de l'intérêt ou prix de l'argent subit des fluctuations de l'abondance des capitaux.

Ainsi, en 1884, le Dominion du Canada empruntait à 3 1-2 p.c. et à 2 1-2 p.c. en 1897. Depuis lors, le taux de l'intérêt, pour les fonds fédéraux canadiens, a monté graduellement jusqu'à atteindre 5 1-2 au temps des divers emprunts de la Victoire.

D'autre part, les Etats-Unis ont des effets publics appelés Consolidés (consols) qui supportent un intérêt de 2 1-2 p.c. seulement. La République voisine a contracté sa dette de guerre à un taux d'intérêt variant de 3 1-2 à 4 1-2 p.c. Plus près de nous, la dette consolidée de la ville de Montréal est représentée par des titres dont l'intérêt s'échelonne de 3 à 7 p.c.

Bien que ce soit une chose dont on ne tient pas toujours assez compte dans nos préoccupations quotidiennes, le taux général de l'intérêt,— qui est un effet avant d'être une cause,— a une influence énorme sur la vie économique d'un pays et, en particulier, sur sa production industrielle.

Prenons, par exemple, la différence existant entre le service des intérêts d'un emprunt public négocié à 5 1-2 p.c. et d'un autre négocié à 4 p.c. Sur un emprunt d'Etat de \$600,000,000, comme ceux auxquels nous sommes habitués la guerre, cet écart de 1 1-2 p.c. représente un déboursé annuel de \$9,000,000. Si l'emprunt a une durée de 15 années, cela veut dire un gain de \$135,000,000,— à supposer que l'écart provient d'une baisse,— sans compter l'intérêt accumulé de cette somme placée au taux normal.

Et dans l'exemple que nous imaginons ici, il ne s'agit que d'une fraction de la dette d'un pays donné. Cette économie, qui résulte de la différence que nous supposons dans le taux de l'intérêt, grossit nécessairement avec la dette à laquelle celui-ci s'applique. Cette économie, à son tour affectée disons aux travaux publics, serait productive de richesse et d'aisance.

Il en va de même pour les avantages consentis au commerce. La somme des capitaux prêtés sous toutes les formes par les banques au commerce et à l'industrie est colossale et, là encore, le taux de l'intérêt joue son rôle de régulateur. Car, ceux qui ont quelques notions de comptabilité le savent, dans les entreprises sagement administrées, qu'il s'agisse de capital souscrit et versé ou de capital emprunté, tout l'intérêt du capital engagé dans une affaire est calculé au taux normal et porté au compte de la production. Le taux de l'intérêt figure ensuite naturellement, dans le prix de vente au consommateur.

C'est ce qui explique comment le prix de l'argent qui est actuellement très élevé a si largement contribué à la

hausse du coût de la vie. C'est ce qui explique aussi en partie comment, dans le domaine du commerce international, les barrières tarifaires ne parviennent pas toujours à empêcher l'importation de certains produits, qui viennent faire une concurrence parfois victorieuse à la production indigène d'une contrée.

C'est en constatant des faits de cette nature qu'un économiste anglais du XVIIIe siècle disait: "Suivant que le prix de l'argent est plus ou moins élevé toutes entreprises sont plus ou moins coûteuses." Il disait aussi: "L'intérêt étant chez nous presque au double de ce qu'il est chez les Hollandais et dans d'autres pays, la même dépense doit nous être deux fois plus à charge qu'à eux."

Les deux formules sont d'un raccourci vigoureux, écrivait naguère M. Auguste Deschamps dans la "Revue d'Economie politique" "Elles expriment d'un mot que l'intérêt se répercute, pour les alléger ou pour les alourdir, suivant son taux, sur chacune et sur l'ensemble des charges de l'entreprise; car l'argent est la substance commune de tous les frais à faire. La conséquence en est que la politique des bas salaires et du bas prix des matières premières peut être vaine et laisser le pays dans l'impossibilité de vendre à meilleur marché que des nations qui cependant payent plus cher leurs ouvriers et leurs matières. Il suffit que chez ces nations le taux de l'intérêt soit assez au-dessous de ce qu'il est chez nous pour que le prix de revient s'en trouve chez elles allégé plus que ne l'allègent chez nous le bas prix de la matière première et le bas prix du travail. Ainsi s'explique, par exemple, d'après le même auteur, que, bien qu'en Hollande les salaires soient plus élevés qu'en Angleterre, les Hollandais cependant réussissent à vendre aux Anglais des marchandises que l'Angleterre fournit elle-même.

"Si on considère que dans le prix de revient entre l'intérêt de toutes les sommes exposées, non seulement en matières premières et en main-d'oeuvre, mais en emplacements, en installations, en outillage, en transport, on est frappé de l'importance qu'a le taux de l'intérêt pour un pays qui veut exporter beaucoup."

Il s'ensuit donc que, pour réduire sensiblement le coût de la vie et nous mettre en mesure de rivaliser avec les autres nations sur les marchés extérieurs, il nous faudra travailler à réduire chez nous le taux de l'intérêt. Mais on aurait tort de croire qu'il suffira pour cela d'un article de journal, d'un discours et d'un texte législatif.

Le taux de l'intérêt dépend de l'abondance des capitaux, ou, plus justement, du rapport qui existe entre l'abondance des capitaux disponibles et l'intensité de la demande de ces mêmes capitaux. Et comme, dans un pays neuf tel que le nôtre, où tout est à faire, la demande de capitaux disponibles est toujours formidable, si nous ne voulons pas être submergés par l'argent étranger, auquel il ne faut cependant pas fermer la porte, il est de notre intérêt de pourvoir nous-mêmes de fonds nos industries. Nous n'y parviendrons que par l'épargne pratiquée à tous les degrés de l'échelle sociale et à tous les moments du jour.

Assurances et Cartes d'Affaires

Maison fondée en 1870

AUGUSTE COUILLARD

IMPORTATEUR DE

Ferrerierie et Quincaillerie, Verres & Vitres Peinture, etc.

Spécialité; — Pebles de toutes sortes.
Nos 323 à 329 rue St-Paul
Ventes 13 et 14 St-Amable, Montréal

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

SOLIDES PROGRES

Des méthodes d'affaires modernes, soutenues par un record, ininterrompu de traitements équitables à l'égard de ses détenteurs de polices, ont acquis à la Sun Life of Canada un progrès phénoménal.

Les assurances en force ont plus que doublé dans les sept dernières années et ont plus que triplé dans les onze dernières années. Aujourd'hui, elles dépassent de loin celles de toute compagnie canadienne d'assurance-vie.

COMPAGNIE D'ASSURANCE
SUN LIFE OF CANADA
SIEGE SOCIAL MONTREAL**Assurance Mont-Royal**

Compagnie Indépendante (Incendie)

17 rue St-Jean, Montréal

l'hon. H.-B. Rainville, Président,
P.-J. Perrin et J.-R. Macdonald,
gérants conjoints.**P. A. GAGNON, C.A.**COMPTABLE LICENCIÉ
(CHARTERED ACCOUNTANT)Chambres 315, 316, 317, Edifice
Banque de Québec
11 Place d'Armes, MONTREAL**ASSURANCE MUTUELLE
DU COMMERCE**

Contre l'incendie

Actif \$1,308,797.79

Bureau Principal:

179 rue Girouard, St-Hyacinthe.

SOLLICITEURS DE BREVETS**INVENTIONS****Protégées en tous pays**

Si vous avez une invention à développer et à protéger, une marque de commerce à faire enregistrer, veuillez communiquer avec nous.

Nous nous chargerons de faire pour vous les recherches nécessaires. Nous vous aiderons de nos conseils et nous vous donnerons tous les renseignements que vous désirez.

PIGEON & LYMBURNER

AUTREFOIS

PIGEON, PIGEON & DAVID
Edifice "Power" MONTREAL**GARAND, TERROUX & CIE**

Banquiers et Courtiers

48 rue Notre-Dame O., Montréal.

L.-R. MONTBRIAND

Architecte et Menuisier,

230 rue St-André, - MONTREAL.

Tél. Bell No 38

Tél. Résidence 81

Tél. St-Louis 4604

Latendresse & Fils

MARCHANDS DE

Ferrerieries, Huiles, Peintures, Vitres, Etc.
Pneus et accessoires d'autos.

Spécialité: Matériaux de Construction.

Une visite est sollicitée:

POINTE-AUX-TREMBLES.

J. A. LANGLOIS,

Gérant.

J. U. LAMBERT,

Représentant.

Tél. Lasalle 127

VICTOR VARINMANUFACTURIER ET MARCHAND DE
Bois, Portes, Châssis, Balcons, Escaliers, Etc.**225-231 Moreau, - - MONTREAL.****J. A. DESAUTELS**

MANUFACTURIER DE CHAUSSURES

1080 Des Erables, - MONTREAL.

Tél. St-Louis 8763.

**SERVICE D'INFORMATION DES
REVUES FRANCAISES**

Section Canadienne

GABRIEL VERDIER, Représentant.

1573 Bordeaux, - - MONTREAL.

Tél. Main 6625

ED. MICHAUDA. SIGMUND, Successeur de
"LE CHAPELIER"Manufacturier de Chapeaux pour Hommes.
Aussi réparations de toutes sortes.**11 Rue Bleury, - - MONTREAL.**

Tél. Pointe aux Trembles 131.

O. COUTU

EPICIER

Epiceries de Choix, Cigares, Tabacs et Marchandises Sèches.

58 Broadway, - - MONTREAL EST.**Albert Charron**fabricant de chaussures turns
pour dames, fillettes et en-
fants.

Etabli en 1898.

Casier postal 1084

Tél. No 12

CONTRECOEUR, QUE.

ASSURANCES

LES COMPAGNIES D'ASSURANCE-VIE

Elles font cette année d'excellentes affaires

L'année dernière, les compagnies d'assurance canadiennes avaient, en fait d'affaires nouvelles enregistrées, brisé tous les records précédemment établis. Libérées des restrictions et des incertitudes créées par la guerre, les agents d'assurance-vie ont pu donner libre cours à leur activité et augmenter considérablement les affaires de la compagnie qu'ils représentaient. Les résultats qu'ils ont obtenus ont récompensé leurs efforts au-delà de toute espérance.

C'est ainsi que la Sun Life, pour ne citer qu'un exemple, dépassera en 1920 tous les records déjà établis antérieurement. C'est ce qui ressort du chiffre d'affaires nouvelles qu'elle a faites durant les six premiers mois de l'année. Ce chiffre s'élève, en effet, à près de cinquante-trois millions, alors que pour la période correspondante de 1919, il n'avait été que de trente-et-un millions. C'est donc, pour une période de six mois, une augmentation remarquable de vingt-et-un millions de dollars environ. Avec un tel chiffre, obtenu pendant la première moitié de l'année, il n'y a pas de doute que cette compagnie va faire voir à la fin de 1920 un progrès remarquable et tout fait prévoir que, toutes proportions gardées, les autres compagnies d'assurance-vie du Canada vont avoir une année exceptionnellement prospère. Après avoir consolidé leur situation financière d'une manière remarquable pendant l'année 1919, les compagnies verront à la fin de l'année 1920 leurs affaires encore plus solidement basées et établies.

L'on se demandait au commencement de cette année si les compagnies d'assurance-vie pourraient continuer dans cette voie d'expansion et accumuler toujours aussi rapidement de nouvelles affaires et il apparaît maintenant que la plupart d'entre elles ont non seulement pendant ces six mois atteint le chiffre d'affaires nouvelles écrites durant les premiers six mois de l'année dernière, mais qu'elles l'ont dépassé.

Les mêmes facteurs qui ont contribué l'année dernière à l'augmentation des affaires des compagnies d'assurance-vie existent encore cette année: la diminution de valeur du dollar, le décroissement des pertes résultant de la guerre et de l'influenza, la distribution plus générale de l'argent sous forme de salaires élevés, voilà les principales causes de l'augmentation des affaires que font actuellement les compagnies d'assurance.

L'une des campagnes entreprises par ces compagnies a été d'engager les anciens porteurs de polices à prendre de nouvelles, afin de s'assurer une protection équivalente à celle qui leur était assurée lorsque le dollar avait beaucoup plus de valeur qu'il n'en a aujourd'hui.

Une police d'assurance de \$500 que l'on avait avant la guerre signifiait, en effet, une protection aussi efficace sinon plus efficace que présentement une police de \$1,000, puisque le coût de la vie a depuis lors plus que doublé.

Il ne faut pas s'étonner que pendant la saison des vacances les affaires des compagnies d'assurance se ralentissent quelque peu. Les agents prennent leurs vacances, les gens s'en vont à la campagne ou sont moins disposés à prendre de nouvelles assurances parce que, pendant la saison d'été, il leur faut plus d'argent pour leurs promenades et leurs plaisirs. D'un autre côté, les compagnies elles-mêmes font moins de publicité quoique pour cela elles n'en continuent pas moins d'accueillir avec plaisir toute nouvelle application qui leur parvient pour un contrat d'assurance.

Il n'y a pas de doute que, une fois les vacances passées, les compagnies et leurs agents vont se mettre à l'œuvre avec une ardeur nouvelle et que les succès qu'elles obtiendront durant les derniers mois de l'année pourront soutenir hardiment la comparaison avec ceux des premiers mois. De sorte que l'on peut d'ores et déjà prédire que l'année 1920 sera pour les compagnies d'assurance une année exceptionnellement prospère et de cette prospérité ce sont surtout les porteurs de polices qui retireront les plus grands avantages.

AVANTAGES DU PAIEMENT ANNUEL DES PRIMES

Le privilège de payer les primes d'assurance-vie, semestriellement ou trimestriellement est coûteux pour l'assuré, fait remarquer le dernier Bulletin de la Compagnie "Excelsior Life". Prenant l'exemple d'une prime de \$100.00 payable à cette compagnie, voici ce qui se passa:

Si le paiement est semestriel il sera de \$51.50, soit pour l'année un total de \$103,00. L'assuré paye sa première prime semestrielle immédiatement \$51.50. Il a l'emploi de la balance, soit \$48.50, pendant six mois. Il paye donc \$3.00 pour l'usage de \$48.00 pendant six mois, soit \$3.00 pour l'usage de \$24.25 pendant un an, ce qui équivaut à 12.78 pour cent par an. On peut démontrer de la même façon que si l'assuré paye ses primes trimestriellement, auquel cas la compagnie ajoute 5 pour cent à la prime annuelle, l'intérêt chargé dépasse 14 pour cent.


On pourrait penser que la compagnie fait une charge déraisonnable pour le privilège donné à l'assuré de payer ses primes semestriellement ou trimestriellement. Il faut se rappeler que la charge additionnelle doit servir à couvrir quelque chose de plus que la perte d'intérêt pour la compagnie. Il y a un supplément de travail de bureau et d'affranchissement.

En ce qui concerne l'assuré, il évite l'ennui de payer des primes tous les trois ou tous les six mois, selon le cas, et la chance d'oublier ses paiements, de laisser périmer sa police, ne se présente qu'une fois par an au lieu de deux ou de quatre fois.

Envoyez-nous vos Vieilles Vivantes
et vos Oeufs Frais pondus.
PROMPTE REMISE TOUJOURS.
P. Poulin & Cie, Limitée
20 MARCHÉ BONNECOURS,
Montréal.

HOTEL VICTORIA
QUÉBEC
H. FONTAINE, Propriétaire
CÔTE DU PALAIS
Plan Américain \$2.00, \$2.50 et \$4.00
par jour.

Arthur Brodeur
MANUFACTURIER
D'EAUX GAZEUSES
SPECIALITES:
Iron Brew Champagne Kola
Ginger Ale Cidre de Pomme
Lemon Sour Eau Minérale
Cream Soda Fraîche
Cherry Cream Orange
Cidre Champagne Siphon, Etc.
35 rue Frontenac, TELEPHONE
LABALLE 184



Exigez cette
Marque

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

Saucisses au porc frais
Frankfurt

Jambon Pressé

Saucissons de Boulogne

Saucissons Spéciaux
Régulier et à l'ail

—

COTE & LAPOINTE Enr.
287 rue Adam, MAISONNEUVE



**Q
U
É
B
E
C**

**EXPOSITION
PROVINCIALE**

*Le plus grand événement
annuel de la Province*

**Du 2 au 11
septembre
1920**

Marchands! Industriels!

Vous voulez vendre vos produits?
Faites les connaître en les expo-
sant à un endroit où ils seront vus
et appréciés par 200,000 visiteurs.

L'EXPOSITION PROVINCIALE de Québec est le meilleur
medium de publicité que vous puissiez trouver.

Si vous n'exposez pas, venez vous renseigner sur place.

Profitez des taux réduits des chemins de fer.

JOSEPH PICARD, J. A. COLLIER, GEORGES MORISSET,
Président. Trésorier. Secr.-Général.

Le Black Diamond pour couper

Quand vous achetez une lime, vous achetez un article pour couper. Pour
avoir la meilleure valeur pour couper, achetez les "Black Diamonds".
Fabriquées depuis 1863 en une qualité standard de lime qui a obtenu les
plus grands honneurs aux expositions aussi bien qu'à l'atelier.

Deux simples paz suffiront pour vous donner un meilleur limage, à moins
que vous ne vous serviez déjà de Black Diamonds. Notre catalogue est
envoyé gratuitement sur demande. Un essai à l'atelier ne vous coûtera
rien et vous donnera des résultats convaincants.

Black Diamond File Works

G. & H. Barnett Company 1078 Frankford Ave. Philadelphia, Pa.

Owned and Operated by Nicholson File Co.

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant",
vous vous assurez un meilleur service.



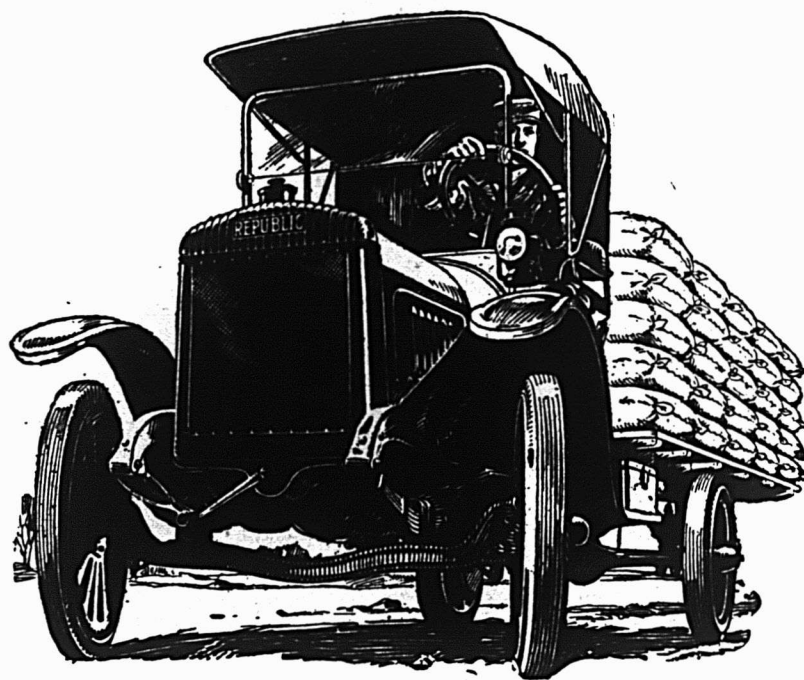
CAMIONS REPUBLIC



Il est facile de se rendre compte pourquoi les camions Republic sont ceux qui se vendent le plus vite au monde.

Parmi les 60,000 clients qui ont adopté le Republic à prix modique, vous n'aurez guère de peine à trouver des propriétaires dont le commerce ressemble au vôtre.

Leurs rapports vous feront ressortir immédiatement les raisons pour lesquelles les Republic sont partout préférés pour leur façon réellement supérieure, leur robustesse et leur économie.



Legaré Automobile & Supply Co., Ltd.

180 rue Amherst

1545 Boul. St-Laurent

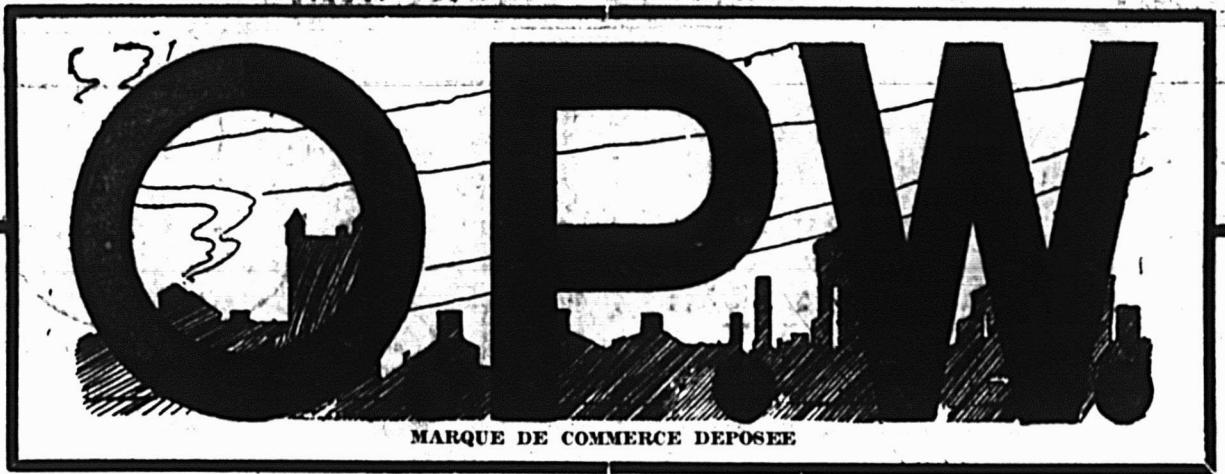
1 Avenue du Parc

PROVINCIAL MOTOR SALES LTD.

2320 Rue Lafontaine.
Las. 290.

375 RUE ONTARIO Est.
Est 4510.

MONTREAL.



"Peintures et Vernis pour tous usages"



**O. P. W. préserve
de la dégradation
la propriété de vos
clients**

**Commandez
aujourd'hui**

*"Sauvez la surface et vous
sauvez tout" Peinture et Vernis*

LES CHANCES D'AFFAIRES DANS VOTRE VILLE

Sont tout aussi nombreuses que partout ailleurs. Avez-vous pensé aux églises et aux autres bâtiments de votre voisinage qui ont besoin de peinture?

Prenez-vous les moyens voulus pour inciter à agir les personnes autorisées dans chaque cas?

Il y a beaucoup de chances de ce genre pour le marchand de O.P.W. parce qu'il y a un produit O.P.W. pour chaque usage, qui fait de chaque usage de peinture un objectif pour le marchand de O.P.W.

Un peu de réflexion, un peu de soin et le développement de vos ressources locales augmenteront considérablement votre commerce de peintures et vernis.

**Si vous n'êtes pas encore agent—
écrivez-nous**

Ottawa Paint Works Limited
Ottawa

CANADA.

Succursales: MONTREAL, TORONTO, VANCOUVER.