



PRIX COURANT



Fondé en 1887.

MONTREAL, VENDREDI, LE 3 AVRIL 1914.

Vol. XLII No 14



L'article qui procure les plus fortes ventes.

En vente partout

J. M. DOUGLAS & CO., MONTREAL.

Agents Canadiens.

MAISON FONDÉE EN 1857.

Desirez-vous Augmenter Votre Chiffre d'Affaires?

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



ESSENCES CULINAIRES

ET

VERNIS A CHAUSSURES

DE

: : J O N A S : :



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

Si vous voulez attirer et retenir la clientèle, vendez les

PRODUITS DE

HENRI JONAS & CIE

FABRICANTS.

Maison Fondée en 1870.

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

Fèves
Cuites
SIMCOE

Assortiment qui paie d'être tenu

Le sirop de Blé d'Inde Marque "Crown" ne devient jamais un article de solde—il ne le peut—parce que la demande pour ce sirop est continuelle et persistante. La plupart des ménagères refusent positivement d'accepter un substitut du

Sirop de Blé d'Inde Marque "CROWN"

Elles savent que c'est le meilleur et le plus pur sirop de Blé d'Inde qui soit fait, étonnamment nutritif pour les enfants et une grande aide dans la cuisine. Vous trouverez que la Marque "Crown" est facile à vendre—facile à avoir lorsque vous en voulez.

Votre commande sera expédiée promptement.

The Canada Starch Co., Limited

(Manufacturiers des Marques EDWARDSBURG)

M o n t r é a l .

Usines : CARDINAL, BRANTFORD.

PRIX COURANTS

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

WALTER BAKER & CO., LTD.

La lb.

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

Caracas Tablets, cartons de 5c, 40 cartons par boîte 1.25
Chocolat sucré, Auto, bte de 6 lbs. 0.32

Ces prix sont F.O.B. Montréal.

BRODIE & HARVIE, LIMITED.

Farines préparées de Brodie La doz.

Red XXX	pqts de 6 lbs.	3.10
Red XXX	pqts de 3 lbs.	1.60
Crescent	pqts de 6 lbs.	2.90
Crescent	pqts de 3 lbs.	1.50
Superb	pqts de 6 lbs.	2.70
Superb	pqts de 3 lbs.	1.40
Buckwheat	pqts de 3 lbs.	1.60

Buckwheat	pqts de 6 lbs.	3.10
Buckwheat en cartons,	douz.	1.00
Griddle-Cake	pqts de 6 lbs.	3.10
Griddle-Cake	pqts de 3 lbs.	1.60
Pancake en cartons,	douz.	1.00
Cartons contenant ½ doz. paquets de 6 lbs. ou 1 doz. paquets 3 lbs., sans charge extra.		

L. CHAPUT, FILS & CIE,
Montréal.

Thé Noir Ceylan "Owl"

No 5, 1 lb. 30 lbs. par cse	20c	
No 5, ½ lb. 30 lbs. par cse	21c	
No 10, 1 lb. 30 lbs. par cse	26c	
No 10, ½ lb. 30 lbs. par cse	27c	
No 15, 1 lb. 30 lbs. par cse	32c	
No 15, ½ lb. 30 lbs. par cse	33c	
No 30, 1 lb. 30 lbs. par cse	40c	
No 30, ½ lb. 30 lbs. par cse	41c	
Thé Vert Ceylan "Owl"	La lb.	
No 10, 1 s. 30 lbs. par cse	26c	
No 10, ½ s. 30 lbs. par cse	27c	

CHURCH & DWIGHT
Soda Cow Brand

Caisse, 60 paquets de 1 lb., \$3.00.
Caisse, 120 paquets de ½ lb., \$3.00.
Caisse, 30 pqts 1 lb. et 60 pqts ½ lb., \$3.00.

Caisse de paquets de 5c, contenant 96 paquets, \$3.00.

WILLIAM CLARK

Montréal

Conserves

La doz.

Viandes assorties	1s	2.40
Compressed Corned Beef	1s	2.40
Compressed Corned Beef	2s	4.30
Lunch Ham	1s	2.40
Lunch Ham	2s	3.50
Ready Lunch Beef	1s \$2.40	2s 4.30
Geneva Sausage	1s	2.50
English Brawn	1s	2.10
Boneless Pigs Feet	1s	2.10
Sliced Smoked Beef	½s	1.50
Roast Beef	1s	2.50
Ready Lunch Loaves, Veau		
Jambon, Boeuf, assortis	½s	1.60
Ditto	1s	2.75
Boeuf Bouilli	1s	2.40
Boeuf Bouilli	2s	4.30
Boeuf Bouilli	6s	15.00



Celles qui connaissent les Planches à laver de Cane les spécifient toujours

Parce qu'elles sont d'un prix modéré et qu'elles donnent le meilleur service.

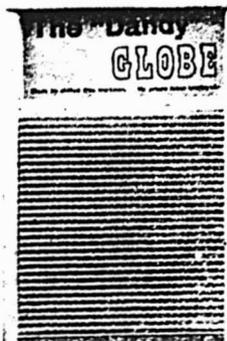
Les planches à laver de Cane se tiennent dans une classe à part pour leur belle construction, leur qualité et leur durée, et, donnent un attrayant profit.

Parmi les 13 différents modèles et qualités, vous en trouverez une qui répondra à vos désirs.

Si vous n'avez pas notre catalogue "d'articles en bois de Cane pour les jours de buanderie," nous serons heureux de vous en envoyer un.

WM. GANE & SONS CO.
LIMITED.

NEWMARKET, ONT.



Saindoux Composé

LAING'S

Reconnu comme le meilleur
sur le marché.

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

Son Prix est raisonnable.

Matthews-Blackwell Limited

Rue Mill,

MONTREAL.

Beans, sauce tomates	1s	0.60
Pork and Beans, sauce tomates	2s	0.95
Pork and Beans, sauce tomates boites plates	3s	1.15
Pork and Beans, boites hautes sauce tomates	3s	1.35



Pork and Beans, Plain	1s	0.60
Pork and Beans, Plain	2s	0.95
Pork and Beans, Plain, boites plates	3s	1.15
Pork and Beans, boites hautes Plain	3s	1.35
Pork and Beans, sauce Chili	1s	0.60
Pork and Beans, sauce Chili	2s	0.95
Pork and Beans, sauce Chili	3s	1.15
Ox tongue	1 1/2s	9.00
Ox tongue	2s	10.00
Ox tongue	2 1/2s	11.00
Jellied Veal	1s	1.50
Jellied Veal	1s	3.00
Jellied Veal	2s	3.75
Jellied Hocks	2s	4.30
Jellied Hocks	6s	13.00

Potted Meats.

Ham, Tongue, Beef and Veal,	1/2	0.50	1s	1.00
Tongue, Ham and Veal, pâté	1s	1.20	1s	1.20
Pâtés de Foie	1s	0.90	1s	0.90
Pâtés de Foie	1s	1.35	1s	1.35
Clark's Concentrated .	La doz.			
Soupe au poulet		1.00		
Toutes autres soupes		0.95		

Mince Meat	La doz.
(Tins fermées hermétiquement.)	
1s \$1.25, 2s 1.95, 3s 3.00, 4s 4.00, 5s 5.00	
Plum-Pudding	
Anglais 1s 1.90	
Plum-Pudding	
Anglais 2s 2.40	



Bœuf fumé en tranches "In-glass"	1s	1.50
Bœuf fumé en tranches "In-glass"	1s	2.10
Bœuf fumé en tranches "In-glass"	1s	3.35

J. M. DOUGLAS & Co.,
Montréal.



Bleus à laver	La lb.
"Blueol", boites	
10 lbs., 50 pqts	
de 4 carrés, 15c	
"Sapphire"	
btes de 14 lbs.	
pqts de 1/2 lb.	
"Union", boites	
de 14 lbs., pqts	
de 1/2 et 1 lb. 10c	

WM. H. DUNN,
Montréal.

Edward's Soups	
(Potages Granulés, Préparés en Irlande)	
Variétés: Brun — Aux Tomates — Blanc.	
Paquets, 5c. Cartons 1 doz. par carton	0.45
Paquets, 5c. Boites 3 doz. chaque (assorties), par doz.	0.45

Canistres, 15c. Boites 3 doz., grandeur, 4 oz., par doz.	1.45
Canistres, 25c. Boites 2 doz., deur, 8 oz., par doz.	2.35

BORDEN MILK CO., LIMITED,
Montréal.

Liste de prix pour l'Est, Fort William inclus.

Lait Condensé (sucré)	Prix au Détaillant
Marque Reindeer (4 doz. par cse).	\$6.00
Marque Mayflower (4 doz. par cse)	5.25
Marque Clover (4 doz. par cse)	4.50
Lait évaporé (non sucré)	
Marque Reindeer Jersey, Boite de Famille (4 doz. par caisse)	3.90
Marque Reindeer Jersey, Boite moyenne (4 doz. par caisse)	4.50
Marque Reindeer Jersey, Boite d'hôtel (2 doz. par caisse)	4.25
Carque Reindeer Jersey, Gallon (1/2 douzaine par caisse)	4.75
Café (avec Lait et Sucre)	
Marque Reindeer (2 doz. par cse large)	4.80
Marque Reindeer (4 doz. par cse petite)	5.50
Cacao (avec Lait et Sucre)	
Marque Reindeer (2 doz. par cse)	4.80
Limite de fret: 50c par cwt.	
Conditions: Net 30 jours, sans escompte.	



Lait et Crèmes Condensés.

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



Quand j'étais enfant, je travaillais dans une épicerie et je détestais la kerosene.

Les commis et le patron la haïssaient aussi.
Et les clients n'aimaient nullement l'odeur et le goût de la kerosene sur leurs biscuits secs, fromage et pain.
Ces jours sont passés. Le système



a aboli "l'ennui" de la vente de la kerosene et l'a rendue profitable et plaisante.

L'approvisionnement est en sûreté; hors de vue en dessous ou sur le plancher est un réservoir Bowser à l'épreuve de toute odeur, de tout coulage et de toute perte.

La mesure exacte et automatique est assurée par la pompe Bowser à enregistreur automatique.

Toute ancienne nuisance est abolie
Et elle coûte si peu. Vous la payez vite avec des profits accrus. Ecrivez maintenant pour de plus amples détails.

S. F. BOWSER & CO., Inc.

66-68 Avenue Frazer, - - - Toronto, Can.

Pompes fabriquées par des ouvriers Canadiens et vendues par des Marchands Canadiens

Bureaux de Ventes dans tous les Centres et représentants partout.

Détenteurs des brevets et fabricants originels de pompes étalon mesurant automatiquement à la main et par pouvoir, petits et grands réservoirs. Entrepôts de gazoline et d'huile et système de distribution. Mesures à enregistrement automatique pour conduits, système de filtrage et circulation d'huile, système de nettoyage à sec, etc.

Maison Etablie en 1885.

Le Marchand — "Je crois que le vendeur Bowser est ce qu'il me faut. L'ancienne méthode de servir l'huile était une perte. Je peux littéralement faire sortir les pièces de dix centins et les dollars de mon plancher trempé d'huile, de mes contenants et mesures remplis de poussière et ébréchés. Je vais faire de mon commerce d'huile un commerce lucratif au lieu d'un commerce ruineux en installant un système Bowser."

Le Savon qui Porte cette Haute Recommandation

||—Médailles d'or—||

M. l'Épicier, vous pouvez recommander ce savon à vos clients les plus difficiles. "Le Calice" est un savon pur et honnête. C'est le savon pour la peau la plus sensible ou la lingerie la plus délicate.

Le Savon de Castille "Le Calice"

est aussi pur que l'huile et la main-d'œuvre peuvent le faire—Ce n'est pas un savon de suif—ne contient positivement aucun gras animal d'aucune description.

"Le Calice" est le savon pour lavage rapide et facile.

Fabriqué en France par M. D. Leca & Cie, Marseille.

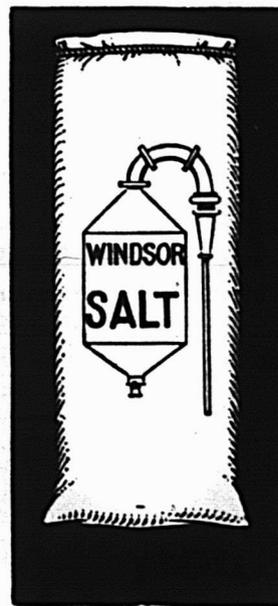
Ayez toujours un bon assortiment de ce savon de qualité en mains.

ARTHUR P. TIPPET & CO.

MONTREAL,

Agents

QUEBEC



99 personnes
sur 100 au
Canada

se servent du

Sel de Table
WINDSOR

Ne serait-ce pas mieux pour vous
de faire 99 ventes
qu'une seule ?

Employez un Système de Comptabilité Barr

AVIS SPECIAL

Le Système de Comptabilité Barr est une invention Canadienne *bona fide* entièrement protégée par de valides brevets. Il n'y a jamais eu de procédures légales de prises contre ces brevets, quoique tous les concurrents disent le contraire. Nous faisons cette déclaration car nous savons que quelques marchands ont été trompés et qu'on les a induits à acheter d'autres systèmes de comptabilité au moyen de ces "on-dit."

(signé.) BARR REGISTERS, LIMITED.

Economise du travail, du temps et de l'argent!

☞ Poussez vos ventes à crédit, vous avez droit à l'argent et aux avantages que vous pouvez récolter du comptant. Faites le de la manière "Barr" et vos clients l'apprécieront.

☞ Si vous avez établi une limite de crédit, fournissez à votre client un état de compte avec chaque achat ; donnez à votre client une chance de payer lorsque cela sera convenable.

☞ Le Système de Comptabilité Barr, à une écriture, fait une feuille de vente et complète toute votre tenue de livres. Economise du temps et du travail, arrête les "fuites" et perçoit votre argent - le fait d'une façon qui fait croire à votre client que vous lui donnez le meilleur service.

☞ Fait soit de style cabinet de comptoir ou cabinet reposant sur le plancher pour tenir tout nombre de comptes, le Système de Comptabilité Barr résoudra vos problèmes de comptes de crédit. Vous en connaissez le besoin — nous sommes prêts à vous renseigner sur ce système. Ecrivez aujourd'hui.

BARR REGISTERS LIMITED
TRENTON, Ont.

Grande-Bretagne—Bureau-Chef : Dacre House, No 5 rue Arundel, Strand
Londres, W. C.—Manufacture : Birmingham.

Voyez l'Exhibit à l'Exposition Commerciale à l'Arena, Toronto, du 23 au 29 Avril.



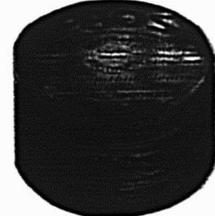
THE CANADA STARCH CO., Ltd.
 Manufacturière de marques Edward-
 sburg.

Lait condensé.

La case	
Marque Eagle, 4 doz., chaque	6.00
Marque Gold Seal, 4 doz., chaque	5.25
Marque Challenge, 4 doz., chaque	4.50
Lait évaporé.	
Marque Peerless "Hotel", 2 doz., chaque	4.25
Marque Peerless "Boite Haute", 4 doz., chaque	4.50
Marque Peerless "Pour Famille", 4 doz., chaque	3.90
Marque Peerless "Petite Boite", 4 doz., chaque	2.00

CANADIAN FAIRBANKS-MORSE CO., LIMITED.

Montréal.



"Paos" "Le savon au nettoie")
 Par douzaine de boi-
 tes 1.30

Yankee Cleaner.

Boite de 1 gallon	\$1.00
Boite de 1/2 gallon	1.60
Boite de 1 pinte	1.32
Boite de 1 chopine	0.20

Dix pour cent l'escompte sur toute commande de douze boites assorties.

La lb.	
Empois de buanderie.	La lb.
Canada Laundry Starch caisse de 40 lbs.	0.06
Canada White Gloss caisse de 40 lbs., paquets de 1 lb.	0.06
Empois No 1, Blanc ou Bleu caisses de 48 lbs., boites en carton de 1 lbs.	1.07
Empois No 1, Blanc ou Bleu caisses de 48 lbs., boites en carton de 5 lbs.	1.07
Keys No 1, l'Empois Blanc No 1 (caisse de 100 lbs.)	1.00
Baris No 1, 100 lbs.	1.00
Edwardsburg Silver Gloss, paquets chromo de 1 lb., 50 lbs.	1.07
Empois Silver Gloss 48 lbs., en caisses de 6 lbs.	1.08
Empois Silver Gloss en boites à cuisse de 6 lbs.	1.08
Keys Silver Gloss, gros cristaux 100 lbs.	1.07
Benson's Sanit 48 lbs., boites en carton de 1 lb., enquette chromo	1.07
Benson's Enamel eau froide 40 lbs., à cuisse	1.00
Benson's Enamel eau froide à cuisse 20 lbs.	1.50
Osco Potato Flour 20 lbs., Celluloid.	1.00
Boite contenant 48 boites en carton, par cuisse	1.00
Empois de cuisine.	
W. T. Benson & Co's Celebrated Prepared Corn 40 lbs.	1.07
Canada Pure Corn Starch 40 lbs.	1.00
Boite de 20 lbs., et en plus.	

E. W. GILLET COMPANY LIMITED
 Toronto, Ont.



AVIS — Le prix coté dans cette liste s'entend pour marchandises aux points de distribution de gros de Montréal et Québec, excepté pour les listes spéciales de prix plus élevés ont en vigueur, et ils sont sujets à varier sans avis.

Levain en Tablettes "Royal."

Boite 36 paquets à 5c la boîte \$1.15



Lessive en Poudre de Gillett.

La case
 4 doz. à la cuisse \$1.50
 3 caisses 1.40
 5 caisses ou plus 1.25

Poudre à Pâte "Magic."

Ne contient pas d'alun.

La case	
4 doz. de 5c.	\$1.50
4 doz. de 4 oz.	1.75
4 doz. de 6 oz.	1.00
4 doz. de 8 oz.	1.50
4 doz. de 12 oz.	1.50
2 doz. de 12 oz.	1.25
4 doz. de 16 oz.	2.25
2 doz. de 16 oz.	2.20
1 doz. de 24 lbs.	5.50
1/2 doz. de 5 lbs.	3.50
2 doz. de 6 oz.	à
1 doz. de 12 oz.	la Case
1 doz. de 16 oz.	\$1.00



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

MELASSE

DA COSTA & CO.

Mélasse "Extra Fancy" des Barbades.

L'étalon de qualité—Demandez-la à votre fournisseur en gros et n'en acceptez pas d'autre. Vous pouvez vous la procurer chez tous les meilleurs épiciers et courtiers en gros de Montréal et de Québec.

“NUGGET”

NETTOYEUR

BLANC



Sèche d'un blanc
pur et ne s'ôte
pas en frottant.

Se détaille à 15c et
vous donne une bon-
ne marge de profit.

Pour souliers en peau de daim, toile et "Nubuck",
ceintures, casques, helmets, etc.

Ce qu'il y a de meilleur pour souliers d'enfants.

The Nugget Polish Co. Limited

9, 11 & 13 Davenport Road,

Toronto, Ont.



Soda "Magic" la Cse	
No. 1 caisse 60 pqts de 1 lb.	2.85
5 caisses.	2.75
No. 5 caisse	
100 pqts de 10 oz	2.90
5 caisses	2.80

Bicarbonato de soude supérieur de "Gillett"

Caques de 100 lbs., par caque	\$2.75
Barils de 400 lbs., par baril	7.00



Crème de Tartre de "Gillett"	La doz.
1/4 lb. pqts. (4 doz. dans la caisse)	\$1.10
1/2 lb. pqts. (4 doz. dans la caisse)	2.20

	La Cse
4 doz. pqts., 1/4 lb.	{ assor- } \$8 80
2 doz. pqts., 1/2 lb.	
	La doz.

1/2 lb. canistres rondes, avec couvercles fermant à vis (4 doz. dans la caisse)	2.60
1 lb. canistres rondes, avec couvercles fermant à vis (3 doz. dans la , caisse)	4 70
	La lb.
5 lb. canistres carrées (1/2 doz. dans la caisse)	0.36
10 lb. boîtes en bois	0.33
25 lb. seaux en bois	0.33
100 lb. barils	0.31
360 lb. barils	0.30 1/2

N. K. FAIRBANK COMPANY LIMITED Montréal

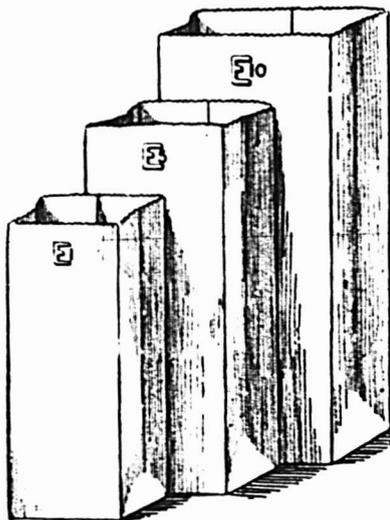


Prix du Saindoux	
Composé, Marque BOAR'S HEAD. F. O. B. Montréal.	
Tinettes 60 lb. 0.11 1/2	
Tierces 0.11	
Seaux en bois, 20 lbs. 0.11 1/2	
Chaudières, 20 lbs. 0.11	
Caisses, 3 lbs., 20 à la caisse 0.12	
Chaudières, 5 lbs., 12 à la caisse 0.11 1/2	
Caisses, 10 lbs., 6 à la caisse 0.11 1/2	
GUNN, LANGLOIS & CIE, Limitée, Montréal	



Prix du Saindoux	
Composé, Marque EASIFIRST	
Tinettes 60 lb. 0.10 1/2	
Tierces 0.10 1/2	
Seaux en bois, 20 lbs. 2.25	
Chaudières, 20 lbs. 2.15	
Caisses, 3 lbs. lb. 0.12	
Caisses, 5 lbs. lb. 0.12	
Caisses, 10 lbs. lb. 0.12	
Pains moulés d'une livre 0.12 1/2	
IMPERIAL TOBACCO CO. OF CANADA, LIMITED.	
Cigarettes	Le 1,000
Athlete \$ 8.50	
Bouquet, boîte 350, par boîte \$2.08	5.95
Calabash 11.20	
Columbia "tout tabac" 11.50	
Coronet 2 18.50	
Dardanelles "Turques", bouts unis 12.50	

Dardanelles "Turques", bouts liège ou argent	12.75
Derby, boîte de 600, la boîte, \$4.12; le 1000	6.85
Empire Navy Cut	8.20
Fatima	10.25
Guinea Gold	8.20
Gloria	5.95
Gold Crest	6.20
Hassan "Turques"	8.50
Imperial A A	27.00
Imperial A A 1	35.00
Mecca "Egyptiennes"	8.50
Mogul "Egyptiennes" bouts unis	12.25
MMogul "Egyptiennes" bouts en liège	12.25
Murad "Turques", bouts unis	12.25
New Light "tout tabac"	8.50
Niobe Turques	8.00
Old Chum	8.20
Old Gold	6.50
Pall Mall "Format ordinaire"	19.00
Pall Mall "Format Royal"	25.00
Players Navy Cut	8.40
Richmond Straight Cut	11.20
Sweet Caporal	8.50
Sweet Sixteen	5.95
Sub-Rosa "tout tabac"	8.50
Cigarettes importées	
Capstan "douces et médium"	12.50
Capstan, boîtes de 10 avec porte-cigarettes	12.50
Soussa, importées du Caire, Egypte, extra fine, No 25	20.00
Extra fine, No 30	23.00
Khedivial	30.00
Three Castles, boîtes de fer-blanc 50s et boîtes de cartons 10s	15.50
Three Castles, boîtes de fantaisie	16.00
Tabac à cigarettes	La Lb.
B.C. No 1, 1/13	\$1.10



Sacs d'épicerie s'ouvrant automatiquement EDDY

Dans toutes les grandeurs, faits avec fonds spécialement renforcés, sont absolument les plus forts sur le marché. Force et durée combinées avec la légèreté sont des particularités prééminentes des SACS EDDY.

E. B. EDDY COMPANY, HULL, Fabricants d'Allumettes, Papiers d'Emballage, Feuilles de Sulfites, etc.

BAS PRIX

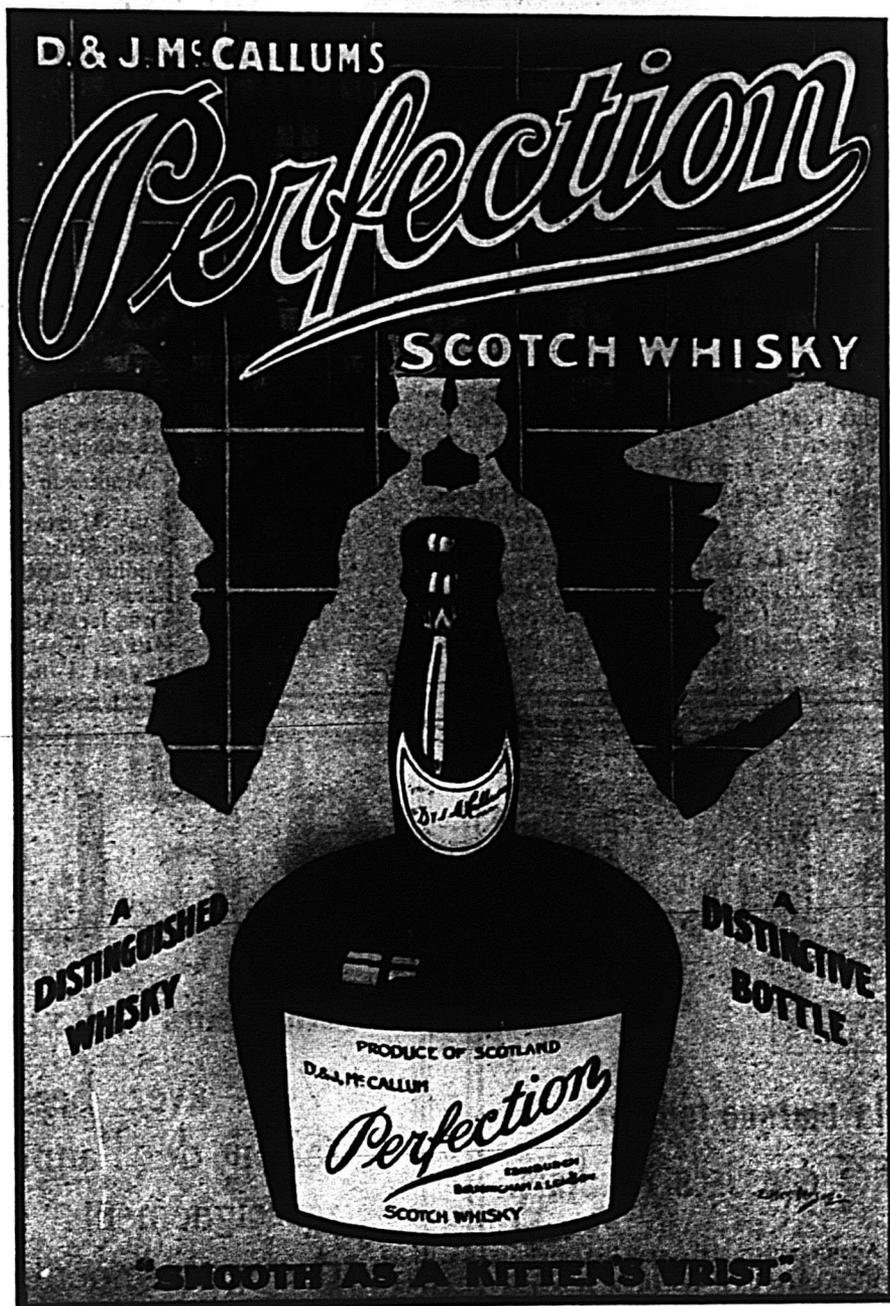
Les bas prix existants ont beaucoup augmenté la consommation du sucre. On estime que la semaine dernière les ventes aux Etats-Unis de sucres raffinés se sont montées à 1,500,000 barils, ce qui équivaut à 4,500,000 sacs.

St. Lawrence
Sugar

100 pour cent de sucre de pure canne.

LES ANNONCES PAR AFFICHES

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



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

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

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

Edifice Dominion Express, Montréal.

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

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

		EMPIRE BRANCH		Extraits Culinaires.		La doz	
Athlete, 1/13	1.08	Tabacs à chiquer		1 oz. Plates. Triple concentré	0.84		
Sweet Caporal, 1/14	1.17	Moose, 11s ½ cads. 12 lbs. cads.	0.40	2 oz. Plates. Triple concentré	1.57		
Tabacs coupés	La Lb.	18 lbs.		2 oz. Carrées. Triple concentré	1.88		
Old Chum, 1/11	\$0.90	Snowshoe bars, 6½s ½ butts 11 lbs.	0.45	4 oz. Carrées. Triple concentré	3.34		
Lord Stanley, tins ½ et ¼ lb.	1.16	butts 22 lbs.	0.39	8 oz. Carrées. Triple concentré	0.25		
Meerscham, 1/11	0.87	Stag bars, 5-1/3s ½ bltts 12 lbs.	0.39	16 oz. Carrées. Triple concentré.	12.00		
Athlete mix. Tins ½ et ¼ lb.	1.42	butts 24 lbs.	0.45	2 oz. Rondes. Quintessences	1.96		
Old Gold, 1/12	1.03	Black Watch, 6s ½ butts 9 lbs.	0.39	2½ c Rondes. Quintessences	2.19		
Seal of North Carolina, 1/12	0.98	butts 18 lbs.	0.39	5 oz. Rondes. Quintessences	3.75		
Duke's Mix. "Cut Plug", 11s	0.92	Bobs, 5s cads, 21 lbs.	0.39	8 oz. Rondes. Quintessences	6.67		
Old Virginia, pqts ½ et ¼ lb.	0.75	Bobs, 10s ½ butts 12 lbs. butts 24 lbs.	0.39	4 oz. Carrées. Quintessences. Bou-chons émeri	3.75		
Duke's Mixture "granulé"	1/11 bags, 5 lbs. carton	Currency, 5s ½ butts 9 lbs.	0.39	8 oz. Carrées. Quintessences. Bou-chons émeri	7.50		
Bull Durham	1.25	Currency Navy, 10s ½ cads. 12 lbs.	0.39	2 oz. Anchor.	1.07		
1/10 bags, 5 lbs. carton, la lb.	1.25	cads, 24 lbs.	0.39	4 oz. Anchor.	1.75		
1/16 bags, 5 lbs. carton, la lb.	0.70	Pay Roll, thick bars, 7½s ½ butts	\$.59	8 oz. Anchor.	3.00		
Old Virginia, pqts 1/16	0.58	10 lbs. butts 20 lbs.		16 oz. Anchor.	6.00		
Snap, pqts 1/7 et 1/14	1.20	Empire Navy, chewing bars, 66/7	0.53	2 oz. Golden Star "Double Force"	0.75		
Calabash Mixture, tins ½ et 1 lb.	1.25	butts 14 lbs.	0.58	4 oz. Golden Star "Double Force"	1.25		
Calabash Mixture, tins ¼	1.40	Pedro bars, 16 oz. 5 morc. à la lb.	0.44	8 oz. Golden Star "Double Force"	2.25		
Calabash Mixture, tins ⅓	1.50	boîte de 6 lbs.	0.45	16 oz. Golden Star "Double Force"	4.25		
Capstan Navy Cut "importé", tins ¼, Medium et Fort	1.50	Empire, 6s et 12s. cads. 15 lbs.	0.45	2 oz. Plates. Soluble.	0.75		
Capstan Mixture, "importé", tins ¼ medium	1.50	Rosebud bars, 6s butts 20 lbs.	0.50	4 oz. Plates. Soluble.	1.25		
Pride of Virginia, "importé", tins 1/10	1.50	Ivy, 7s butts 17 lbs.	0.45	8 oz. Plates. Soluble.	2.25		
Old English Curve Cut "importé", tins 1/10 lb.	1.35	Shamrock bar & plug. 6s butts 21 lbs.	0.59	16 oz. Plates. Soluble.	4.25		
Tuxedo "importé", tins 1/10 lb.	1.37	Great West, sac 8	0.70	1 oz. London.	0.50		
Lucky Strike "importé", tins 1/10	1.50	Regal Cube cut en boîte, 9s	0.78	2 oz. London.	0.75		
Rose Leaf "importé", à chiquer, pqts 1 oz.	1.30	Taxi Crimp cut en boîte, 10s	0.80	Extraits à la livre de	\$1.00 à 3.00		
Tabacs à chiquer "importés"	La Lb.	Forest & Stream, boîtes 10s	0.80	Extraits au gallon de	\$6.00 à 24.00		
Piper Hiedsieck	1.22	HENRI JONAS & CIE,		Mêmes prix pour extraits de tous fruits.			
Tabacs en poudre	La Lb.	Montréal.		Moutarde Française.		La grosse	
Copenhagen, en boîtes 1/12 lb.	0.90	Pâtes Alimentaires.		La lb.			
Horseshoe	0.90	Macaroni "Bertrand"	0.08	0.08	Pony Mustard, 2 doz. à la cse	8.40	
Rose No 1 de Landry	0.32	Vermicelle "Bertrand"	0.08	0.08	Small Mustard, 2 doz. à la cse	7.80	
Rose No 1 de Houde	0.34	Spaghetti "Bertrand"	0.08	0.08	Medium Mustard, 2 doz. à la cse	10.80	
		Alphabets "Bertrand"	0.08	0.08	Large Mustard, 2 doz. à la cse	12.00	
		Nouilles "Bertrand"	0.08	0.08	Tumblers Mustard, 2 doz. à la cse	10.80	
		Coquilles "Bertrand"	0.08	0.08	Muggs Mustard, 2 doz. à la cse	13.20	
		Petites Pâtes. etc.	0.08	0.08	Nugget Tumblers, 2 doz. à la cs	13.20	



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

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

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

CHURCH & DWIGHT

Manufacturers LIMITED

MONTREAL

OEUFS

Producteurs et Expéditeurs : —

Vous avez besoin à cette saison de l'année de bons renseignements du marché, des encaissements rapides, les plus hauts prix.

Pour ceci, correspondez ou expédiez à
Gunn, Langlois & Cie, Limitée.

Principale Maison de Produits du Canada.

MONTREAL.

**QUAND UN ARTICLE PORTE
CETTE MARQUE,**



**Vous pouvez avoir
Confiance en sa Qualité**

United Shoe Machinery Company of Canada

Montréal, Qué.

Athenian Tumblers, 2 doz. à la cse 13.20
 Gold Band Tumblers, 2 d. à la cse 13.80
 No 64 Jars Mustard, 1 doz. à la cse 18.00
 No 65 Jars Mustard, 1 doz. à la cse 21.00
 No 66 Jars Mustard, 1 doz. à la cse 24.00
 No 67 Jars Mustard, 2 doz. à la cse 13.20
 No 68 Jars Mustard, 1 doz. à la cse 15.00
 No 69 Jars Mustard, 1 doz. à la cse 24.00
 Molasses Jugs Must., 1 d. à la cse 21.00
 Jarres ½ gal. Mustard, 1 d. à la cse 36.00
 Jarres ½ gal. Mustard, ½ d. à la cse 54.00

Vernis à chaussures. La doz.
 1 doz. à la caisse.
 Marques Froment. 0.75
 Marque Jonas. 0.75
 Vernis Militaire à l'épreuve de l'eau. 2.00

MATTHEWS-BLACKWELL,
LIMITED
 Montréal, Canada.



Lard en baril

Lard pesant, Marque Frontenac
 Short Cut, brl. 35/45 29.00
 Lard pesant, Marque Frontenac
 Short Cut, ½ brl. 15.00
 Lard pesant, Marque Champlain

Short Cut, brl. 45/55 28.50
 Lard pesant, Marque Champlain
 Short Cut, ½ brl. 14.75
 Lard pesant, Marque Nelson, dé-
 sossé, tout gras, brl. 40/50 27.00
 Lard clair, Marque Nelson, pe-
 sant, ½ brl. 14.00
 Marque Dorchester 26.50
 Marque Dorchester, ½ brl. 13.75

Saindoux Composé

Tierces, 375 lbs. lb. 0.10½
 Boîtes 50 lbs. net (doublure par-
 chemin) 0.11
 Tinettes, 50 lbs. net (Tinette imi-
 tée) 0.11
 Seaux en fer, 50 lbs. 0.10½
 Seaux de bois, 20 lbs., net \$2.25 0.11½
 Seaux de fer-blanc, 20 lbs., \$2.15 0.10½
 Caisnes 10 lbs. tins, 60 lbs. en cais-
 nes, bleu 0.11½
 Caisnes 5 lbs. tins, 60 lbs. en cais-
 nes, bleu 0.11½
 Caisnes 3 lbs. tins, 60 lbs., en cais-
 nes 0.11½
 Briques de saindoux, 60 lbs. en
 caisse 0.11½

Saindoux garanti pur

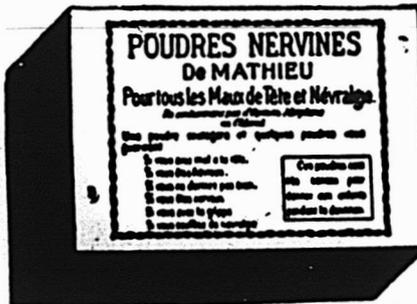
Tierces, 375 lbs. 0.14
 Boîtes, 50 lbs., net (doublure par-
 chemin) 0.14½
 Tinettes, 50 lbs., net (tinette imi-
 tée) 0.14½
 Seaux de bois, 20 lbs., net (dou-
 blure parchemin) \$2.90 0.14½
 Seaux en fer-blanc, 20 lbs. brut \$2.80 0.14
 Caisnes, 10 lbs., tins, 60 lbs., en
 caisses rouges 0.14½

Caisnes, 5 lbs., tins, 60 lbs., en
 caisses rouges 0.15
 Caisnes, 3 lbs., tins, 60 lbs., en
 caisse 0.15
 Saindoux en carré d'une livre, 60
 lbs., en caisse 0.15½
Viandes fumées Marque "Anchor"
 Jambons: Première qualité.
 Extra gros, 25 à 40 lbs. 0.16
 Gros, 20 à 28 lbs. 0.17
 Moyens, 15 à 20 lbs. 0.18
 Petits, moins de 8 à 15 lbs. 0.19
 Jambons désossés, roulés, gros
 18 à 25 lbs. 0.19
 Jambons désossés, roulés, petits
 12 à 18 lbs. 0.21
 Bacon, Spécial Rose Brand 0.22
 Bacon Anchor Brand, à déjeuner,
 sans os, choisi 0.18½
 Bacon Windsor, dos pelé 0.23
 Petit bacon roulé, épicé, désossé,
 8 à 12 lbs. 0.15½
 Cottage Rolls de 4 lbs. 0.18
Saucisses
 Bologna (Bondon de Boeuf) 0.09½
 Bologna (Enveloppe cirée) 0.09
 Brunswick 0.12
 Frankfurts 0.11
 Polish 0.10
Saucisses fraîches.
 Saucisses de porc, tripes de porc 0.09½
 Saucisses de porc, tripes de mouton 0.10
 Saucisses Marque "Rose" 0.16
 Saucisses Cambridge (paquets de
 1 lb. 0.10½
 Saucisses de fermier 0.10
 Boudin blanc anglais 0.07½
 Boudin noir anglais 0.08

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

LES POUDRES NERVINES DE MATHIEU

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



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

LA CIE J. L. MATHIEU,
 Propriétaire.

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

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

Nom
 De
 (Nom de la maison de commerce).
 Rue
 Ville ou village
 Province



Achetez le meilleur

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

En vente dans toutes les Principales Maisons de Gros.

The Hamilton Cotton Co.
 HAMILTON, Ont.

NOVA SCOTIA STEEL & COAL CO.

LIMITED
 MANUFACTURIERS

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

GROSSES PIECES DE FORGE. UNE SPECIALITE

Mines de Fer, Wabana, Terrebonne.—Mins
 Hauts Fourneaux, Fours à Réverbère à Sydney Mines,
 N. E.—Laminaires, Forges et Ateliers de Finissage
 à New Glasgow, N. E.
 Bureau Principal : NEW GLASGOW, N. E.

Savez-vous ce que c'est que le Service Heinz pour les Epiciers?

PAR notre publicité générale nous créons une demande de consommation dans tout le pays pour les 57 Variétés. Par notre Département du Service aux Epiciers nous essayons d'amener cette demande à *votre magasin* et *vous* aider à vendre plus de marchandises.

Si vous n'avez pas encore appris le travail de notre Service aux Epiciers, demandez des détails à nos vendeurs ou écrivez-nous directement.

H. J. HEINZ COMPANY
PURS PRODUITS ALIMENTAIRES
PITTSBURG, E. U. A. TORONTO, CANADA

Toujours le plus
haut degré



Notre registre de ventes pour 1913 fournit une confirmation du fait maintenant généralement reconnu que

Shredded Wheat

est le plus haut degré parmi les céréales alimentaires pour le déjeuner. Sa suprématie est indiscutée. C'est une survivance de ce qu'il y a de mieux. C'est non seulement l'aliment de céréale le plus propre et le plus pur qui soit fait au monde, mais le procédé est sans aucun doute le meilleur qui ait jamais été découvert pour préparer le grain de froment sous une forme digestive.

Triscuit est la gaufre de Shredded Wheat — une rôtie croustillante, de bon goût, de pur froment — délicieux avec du beurre, fromage ou marmelade. Le Biscuit Shredded Wheat est emballé dans des caisses de bois de sapin inodores, qui peuvent se vendre immédiatement pour 10 ou 15 cents, ajoutant ainsi une belle somme aux profits de l'épicier.

Fabriqué par
The Canadian Shredded Wheat Co. Limited.
Niagara Falls, Ont.

(53-A)

LA MELASSE

“Extra Fancy” de la Barbade
MARQUE

“JONES & SWAN”

- Représente la plus haute qualité que l'on puisse obtenir.
- Absolument pure et non adultérée.
- Un produit alimentaire d'une valeur incontestable.
- Que l'on peut se procurer chez les épiciers en gros, dans différentes parties du Canada.

REPRESENTANTS EN GROS

MM. W. S. GOODHUGH & CO., MONTREAL.
MITCHELL & WHITEHEAD, QUEBEC.

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ “LE PRIX COURANT”.

RAPPELEZ-VOUS

M. l'Epicier que les Fèves au Lard de **CLARK**

sont prêtes pour aller camper, pêcher et pour votre commerce d'été avec le plus bel assortiment de

Viandes en conserve sur le marché

Langues de boeuf
Langues pour Lunch
Boeuf en boîte
Boeuf rôti
Jambon de Lunch
Pieds de Porc
Petit S.lé Anglais
Soupes concentrées, (toutes variétés)
Poulet désossé
Viandes en pots
Viandes, hachées
Irish Stew
Langues, jambon et veau
Pâtés de pique-nique

ET

Fèves au Lard de Clark

Ordinaires, Sauce Chili ou Sauce Tomates

GARNISSEZ VOTRE STOCK MAINTENANT

W. Clark, Limited,
MONTREAL

Le Prêt Immobilier, Limitée

244 Rue Ste-Catherine Est,
Montréal.

Phone Bell Est 5779

BUREAU DE DIRECTION:

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

SI VOUS AVEZ BESOIN DE CAPITAL

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

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

Ecrivez ou téléphonez pour avoir la brochure explicative gratuite.

Lorsque vous arrangez votre vitrine, ayez soin de mettre le motif principal à la hauteur où il sera le mieux saisi par la vue du passant.

AGENCES

LAPORTE, MARTIN, LIMITEE,

Légumes importés

"LE SOLEIL"

Asperges	C/S
Pointes de Tête seul., ½ flac. 40 s.	22.00
Pointes de Tête seul., ½ kilo, 100s.	27.50
Pointes de Tête seul., 1 kilo, 50 s.	27.00
En Branches Géantes, bocal, 16 s.	10.00
En Branches Géantes, ½ kilo, 100s.	27.00
En Branches Géantes, 1 kilo, 50 s.	25.00
En Branches Grosses, ½ kilo, 100s.	24.50
En Branches Grosses, 1 kilo, 50s.	23.50
En Branches Extra, 1 kilo, 50 s.	22.00
Coupées sur Extra, ½ kilo, 100 s.	22.00
Coupées sur Extra, 1 kilo, 50 s.	21.00
En Branches Fines, ½ kilo, 100 s.	22.00
En Branches Fines, 1 kilo, 50 s.	21.00

Flageolets	
Extra Fins, ½ kilo, 40 s.	9.50
Extra Fins, ½ kilo, 100 s.	13.50
Moyens, ½ kilo, 100 s.	11.00

Haricots	
Verts Extra Fins, ½ flac., 40 s.	9.00
Verts Extra Fins, ½ kilo, 100 s.	13.00
Verts Fins, ½ kilo, 100 s.	11.50
Verts Fins, 1 kilo, 50 s.	11.00
Verts Moyens, ½ kilo, 100 s.	7.50
Verts Coupés, ½ kilo, 100 s.	7.50

Divers	
Carottes tournées, ½ kilo, 100 s.	10.50
Carottes tournées, 1 kilo, 50 s.	10.00
Choux de Bruxelles, ½ kilo, 100 s.	9.50
Choux de Bruxelles, 1 kilo, 50 s.	9.00
Côtes de Céleri, ½ kilo, 100 s.	8.00
Côtes de Céleri, 1 kilo, 50 s.	7.50
Céleri (pieds), ½ kilo, 100 s.	7.00
Epinards en Purée, ½ flac., 40 s.	8.00
Epinards en Purée, ½ kilo, 100 s.	10.00
Epinards en Purée, 1 kilo, 50 s.	9.50
Fonds d'Artichauts, ½ kilo, 100 s.	33.00
Salsifis, ½ kilo, 100 s.	11.50

Macédoines	
Extra choix, No 1, ½ flac., 40 s.	8.50
Extra choix, No 1, ½ kilo, 100 s.	12.00
Extra choix, No 1, 1 kilo, 50 s.	11.50
Sans marque, No 2, ½ kilo, 100 s.	9.00

Petits Pois	
Sur Extra Fins, ½ flac., 40 s.	10.00
Sur Extra Fins, ½ kilo, 100 s.	15.50
Extra Fins, ½ kilo, 100 s.	15.00
Extra Fins, 1 kilo, 50 s.	14.50
Très Fins, ½ kilo, 100 s.	13.50
Fins, ½ kilo, 100 s.	11.50
Mi-Fins, ½ kilo, 100 s.	11.00
Moyens, No 1, ½ kilo, 100 s.	10.00
Moyens, No 2, ½ kilo, 100 s.	9.50
Moyens, No 3, ½ kilo, 100 s.	9.00

Petits Pois Frs: Petit	
Fins, ½ kilo, 100 s.	9.50
Moyens, ½ kilo, 100 s.	7.00

Soupes	
Cerfeuil, ½ kilo, 100 s.	9.00
Crème de Céleri, ½ kilo, 100 s.	6.50
Julienne, ½ kilo, 100 s.	8.00
Oseille, ½ kilo, 100 s.	9.00
Printanière, ½ kilc., 100 s.	8.50
Tomates Purée, ½ kilo, 100 s.	10.50
Tomates Purée, 1 kilo, 50 s.	10.00

Huile d'Olive "Minerva"	
Caisse 12 bout., litre	8.00
Caisse 12 bout., qrts.	6.00
Caisse 24 bout., pts.	6.50
Caisse 24 bout., ½ pts.	4.25
Caisse 2 estagnons, 5 galls.	2.00
Caisse 6 estagnons, 2 galls.	2.05
Caisse 10 estagnons, 1 gall.	2.10
Caisse 20 estagnons, ½ gall.	2.25

IMPORTANT

Les Epiciers détaillants

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



Baker's
Cocoa
and
Chocolate

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

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

Manufacturées uniquement par

WALTER BAKER & CO.,
Limited.

Montréal, Can. Dorchester, Mass
ETABLIE EN 1780.

LACAILLE, GENDREAU & CIE

Successors de CHS. LACAILLE & CIE.

EPICIER EN GROS

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

Spécialité de Vins de Messe de Sicile et de Tarragone.

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

CHOCOLAT "ELITE"

Non Suoré



DES EPICIERES
Pour tous les

Besoins de la Cuisine

Tablettes de ¼ lb.

Fabriqué par

JOHN P. MOTT & CO.,

HALIFAX, N. F.

J.A.TAYLOR, Agen, Montréal

La Farine Préparée de Brodie

Vous Conserve Vos Clients.

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

UN BON VENDEUR.

Voyez le coupon des épiciers dans chaque carton.

Brodie & Harvie, Limited.

14 et 16 Rue Bleury,

Tél. Main 436. **MONTREAL**

JOHN P. MOTT & CO.



Elite, per doz. 0.00

La lb.

Prepared Cocoa 8.28

Breakfast Cocoa 0.36

No 1 Chocolate 0.30

Diamond Chocolate 0.24

Navy Chocolate 0.29

Cocoa Nibbs 0.35

Cocoa Shells 0.05

Confectionery Chocolate 0.18 à 0.30

Plain Chocolate Liquors 0.18 à 0.35

Vanilla Stick la gr. 1.00

SALADA TEA CO.



THEES DE CEYLAN

"SALADA"

Coût. Vend.

Etiquette Brune, 1's et 1/2's. \$0.25 \$0.30

Etiquette Verte, 1's et 1/2's. 0.27 0.35

Etiquette Bleue, 1's, 1/2's, 1/4's et 1/8's. 0.30 0.40

Etiquette Rouge, 1's et 1/2's. 0.36 0.50

Etiquette Or, au détail 0.44 0.60

Noir, mêlé ou vert, de toutes qualités.

SAVON.

The GENUINE, empaqueté 100 morceaux par caisse.



Caisse 20 estagnons, 1/4 gall. 2.50

Caisse 48 estagnons 2.60

Savons de Castille

Le Soleil 72% d'huile d'Olive. Caisse

Caisse de 200 morc. de 10 1/2 oz. 12.00

Caisse de 100 morc. de 10 1/2 oz. 6.00

Caisse de 200 morc. de 7 oz. 7.75

Caisse de 200 morc. de 3 1/2 oz. 4.25

Caisse de 50 morc. long de 16 oz. 4.75

Caisse de 50 morc. carré de 16 oz. 4.75

Caisse de 50 morc. carré de 12 oz. 4.00

Caisse de 12 barres de 3 lbs. 0.09 1/2

Caisse de 25 barres de 11 lbs. 0.08 1/2

La Lune 65% d'huile d'Olive Lb.

Caisse de 50 morc. carrés de 12 oz. 3.75

Caisse de 12 barres, 3 lbs. 0.09

ECOLE POLYTECHNIQUE

Examen d'Admission 1914

Cours préparatoire, division des ingénieurs et division des architectes :

1ère Session le lundi 1er Juin

2ème Session le lundi 1er Sept

Pour détails et prospectus, s'adresser au directeur de l'Ecole Polytechnique, 228 rue St-Denis, Montréal.

Prix pour Ontario et Québec:

Moins de 5 caisses 5.00

Cinq caisses ou plus 4.95

FAITS ETONNANTS

Le **SUCCES** en affaires n'arrive pas en dormant. Une étude des méthodes commerciales durant ces quinze dernières années a démontré que les plus grandes maisons croient en :

Former son personnel d'employés par un entraînement systématique plutôt que d'engager et de renvoyer des employés.

Les méthodes scientifiques remplacent actuellement les travaux à l'essai.

Cela paie d'étudier la vraie vocation du personnel d'une maison commerciale.

Les plus grandes maisons ont :

Des moyens définis de taxer la valeur de chaque employé.

Ceci assure que la maison et l'employé auront chacun leur dû.

Les maisons de commerce qui ont le plus de succès :

Entraînent systématiquement leurs employés et leur montrent comment rendre les plus grands services.

LA SCIENCE

n'est ni plus ni moins que le savoir classifié.

La connaissance des affaires se gagne en étudiant bien le succès des milliers de maisons commerciales et hommes d'affaires qui sont arrivés à faire de bonnes affaires, qui se sont classifiés et qui maintenant professent, comme on le fait pour la science de la Médecine et de la Chimie.

S'il y a une **Science des Affaires**, vous vous devez à vous-même pour votre succès futur, de vous renseigner au moins sur cette science.

Nous enseignons la **Science des affaires** par instruction individuelle et par correspondance. Demandez aujourd'hui une brochure gratuite expliquant ce merveilleux cours.

The Sheldon School of Business Science, Limited

80 Rue St-Denis, - MONTREAL.

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




YEAST ROYAL CAKES

L'ANCIEN EST FIABLE

La grande demande pour les Pains de Levure Royal, par tout le Canada, a, dans le passé, induit les manufacturiers d'autres articles de commerce à mettre sur le marché des marques de pains de levure qu'ils prétendent être "tout aussi bonnes" que la Levure Royal. Toutes ces tentatives ont fait faillite. **Pourquoi** expérimenter avec des marques inconnues ?

ROYAL YEAST CAKES



BLUE LABEL

Fait un Pain Parfait

E.W. GILLET COMPANY LIMITED

TORONTO, ONT.

WINNIPEG MONTREAL



BLUE LABEL

ROYAL YEAST CAKES



Lorsque vous donnez votre commande de poissons en conserve, assurez-vous que l'on vous donne la vraie

Marque "BRUNSWICK"

C'est la meilleure marque que l'on puisse obtenir, et vous pouvez compter dessus pour donner la plus entière satisfaction.

Par le procédé moderne et hygiénique d'emballage "BRUNSWICK" la saveur naturelle du poisson frais est conservée à un degré remarquable.

Ayez toujours un bon stock d'Aliments Marins "BRUNSWICK". On fait un bon profit en les vendant.

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

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

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

Téléphone Est 1185.

MONTREAL.

Echange reliant tous les services:

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

Bureau de Montréal: 80 rue St-Denis.

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

Bureau de New-York: Tribune Bldg., William D. Ward, représentant.

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

Toute année commencée est due en entier.

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

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

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

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

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, Vendredi, 3 Avril 1914.

Vol. XLVII — No 14.

A LA CHAMBRE DE COMMERCE DE MONTREAL

**Le Canal de la Baie Georgienne. — Conférence de M. Emile
Dulieux. — Nouveaux membres admis.**

L'assemblée régulière de la Chambre de Commerce du Dis-
trict de Montréal a eu lieu mercredi soir au lieu ordinaire,
76 rue Saint-Gabriel. M. Adélar Fortier, président, occupait le
fauteuil. Une quarantaine de membres assistaient à l'assemblée
qui fut intéressante à plus d'un titre.

Après la lecture des minutes et le dépouillement de la cor-
respondance, l'assemblée prit connaissance d'un important rap-
port du comité du canal de la Baie Georgienne.

Ce document parle de l'importante délégations des citoyens
du Canada qui se rendra à Ottawa le mercredi, 15 avril courant,
pour exposer au gouvernement du Canada le désir presque un-
anime de la population de ce pays qui demande la construction
immédiate du canal de la Baie Georgienne; à cette fin, des mil-
liers d'invitations vont être envoyées ces jours-ci aux munici-
palités tant de l'Ontario que de la province de Québec, aux corps
publics de tout le pays, aux organisations ouvrières, aux minist-
res, sénateurs et aux députés, les priant de se joindre à la
Chambre de Commerce pour faire cette délégation aussi im-
posante et représentative que possible.

Le rapport de la commission traite aussi la question de la
fondation, de concert avec la Canadian Federation of Boards
of Trade and Municipalities d'Ottawa, "d'une ligue dont les
membres se recruteront par tout le pays et qui travaillera d'une
manière permanente afin d'obtenir la réalisation prochaine du
grand projet de la route georgienne. La première réunion de la
ligue se tiendra dans la grande salle de l'Hôtel-de-Ville d'Otta-

wa, immédiatement avant que la délégation soit reçue par le
premier-ministre."

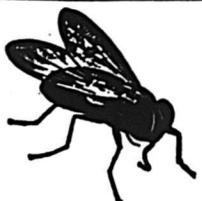
La commission demande encore à être autorisée à travailler
de concert avec le comité du Bulletin à la publication d'un nu-
mero spécial du "Bulletin" de la Chambre, exclusivement con-
sacré au projet du canal.

En dernier lieu, la commission suggère qu'une lettre soit
adressée à chacun des candidats de la présente campagne mu-
nicipale, pour l'inviter à donner publiquement son opinion sur
ce grand projet national.

L'ordre du jour comportait aussi une conférence sur l'art
de placer son argent dans les exploitations minières, par M.
Emile Dulieux, ingénieur de mines et professeurs à l'Ecole Po-
lytechnique. Nous ne saurions trop engager ceux de nos lec-
teurs que le sujet intéresse de lire le travail du savant conféren-
cier dans un des prochains numéros du Bulletin de la Chambre
de Commerce.

La causerie de M. Dulieux comprenait trois parties: ce
qu'est une mine, comment on mène une mine à sa perte et com-
ment on peut l'exploiter avec profit. Inutile de dire que M. Du-
lieux a traité le sujet avec compétence et qu'il a donné de pré-
cieux conseils à ceux qui font des placements dans les mines.

M. Adélar Fortier, au nom de la Chambre, a félicité le
conférencier de son excellent travail. La réunion s'est terminée
par l'admission des membres suivants: MM. Emile Hébert, agent
des voyageurs du C. P. R.; J. C. Petitclerc, H. R. St-Michel, L.
M. Cornellier, Albert R. Roy, Dr J. U. Lalonde, Claude Beau-
champ, importateur, Emile Pinsonneault et Eugène Payette, ar-
chitecte.



TANGLEFOOT

L'hygiénique destructeur de mouches—Non poison.

Attrape 50,000,000,000 de mouches par an—beaucoup plus que tous les autres moyens combinés. Les
poisons sont dangereux.

UNE PERSONNE ET UNE PERSONNALITE

Sénèque, un grand écrivain et philosophe romain, a dit une fois: "Nous nous plaignons que la vie est trop courte, pourtant nous vivons chaque jour comme s'il était d'un millier d'années."

La vie de la moyenne des gens est principalement occupée à faire des excuses, donner des explications et à écouter des commérages.

La moyenne des hommes profitent peu de leurs chances, laquelle assertion est prouvée par le fait que quelques hommes en une journée de huit heures souvent accomplissent plus que beaucoup d'autres en toute une vie de 70 ans.

La vie est simplement une question de concentration. "Vous êtes ce que vous voulez être". Les choses que vous lisez aujourd'hui et les choses que vous pensez demain sont les choses que vous deviendrez demain. Vous êtes un composé des choses que vous dites, des livres que vous lisez, des pensées que vous avez, de la compagnie que vous fréquentez et des choses que vous aspirez à devenir.

Donc, voici une recette pour améliorer l'individu et faire évoluer votre vie vers le succès. Le temps est votre seul actif. Chaque instant est un trésor et la manière dont vous le dépensez forme votre vie comme individu.

Si vous vouliez simplement passer trente minutes par jour à l'étude de quelque splendide idée, à l'amélioration de votre esprit, à obtenir une connaissance plus exacte de vos affaires, en étudiant les pensées de quelque grand homme qui a laissé la vie meilleure parce qu'il avait vécu, à la recherche du secret du succès des grands hommes d'affaires, vous évolueriez en l'espace de dix ans en un géant de force intellectuelle avec la puissance de suivre tout plan ou toute idée jusqu'au succès final et positif.

C'est ce que vous pouvez faire actuellement par un bon placement de 30 minutes par jour. Le temps ne connaît pas de préjugés, ne fait pas de promesses, ne tient pas de registres et ne demande pas de questions. Vous êtes ici dans un but et chaque instant que vous dépensez follement ou frivolement est perdu pour toujours — simplement jeté au panier de l'indifférence. Vous êtes venu en ce monde d'une éternité de laquelle vous connaissez peu, vous surveillez les aiguilles pendant un certain temps et vous retournez à cette éternité de laquelle vous êtes svenu.

A moins que vous ne connaissiez la valeur de chaque moment comme placement, chaque jour qui passe n'est seulement qu'une pierre d'achoppement qui vous envoie rouler dans l'indifférence, l'impuissance et le déclin du vieil âge.

La question est: "Qu'allez-vous faire de chaque heure et qu'allez-vous faire de la vie?" Allez-vous vous laisser dériver à travers sa richesse et sa beauté, satisfait de votre inefficacité, incompetence, inutilité et ignorance? Allez-vous ne pas toucher aux trésors du monde dans lequel vous vivez? Allez-vous vous trahir vous-même et vos chances? Allez-vous vous contenter de vos propres connaissances limitées, lorsque vous pouvez rester en contact avec les grandes pensées et idées des grands hommes qui ont influencé le monde? Allez-vous cacher votre tête sous votre bureau et fermer la lumière de l'expérience et du succès des autres hommes?

En d'autres mots — allez-vous être un dégénéré et sur le soir de la vie descendre de l'autre côté sans avoir accompli quelque grande ou splendide chose? Allez-vous employer ces 30 minutes par jour à savoir plus, à apprendre plus et à comprendre? C'est à vous d'y voir.

L'occasion frappe perpétuellement à votre porte et vous suit avec une massue depuis le moment de votre lever jusqu'à votre coucher. La question est: "Allez-vous être une personne ou une personnalité?"

La manière dont vous allez placer cette demi-heure décidera, et votre travail de la vie dira si vous avez eu du succès ou si votre vie n'a été qu'un travesti — une moquerie remplie d'inutilité, d'indifférence et d'oisiveté.

Croyez-vous en votre travail, en votre loyauté envers votre patron, à la dévotion à vos affaires? Croyez-vous au service honnête, pensée honnête, à la divinité de la chose que vous faites ou de la chose que vous vendez? Avez-vous l'intention d'être une individualité ou une nullité? Allez-vous commencer à bien travailler et quand allez-vous commencer?

LA LOI DES POIDS ET MESURES.

Il y a quelques jours l'honorable M. Nantel, Ministre du Revenu de l'Intérieur, a présenté au Parlement un projet de loi qui aura pour effet de substituer les étalons internationaux métriques en usage dans le monde entier aux étalons locaux qui sont autorisés par la loi canadienne actuelle.

Le but de ce projet de loi n'est pas de rendre l'usage du système métrique obligatoire — cependant, nous verrions son application avec plaisir. Il faut avouer que notre système actuel, de mesurer en comptant par pouce, par pieds et par moins, est des plus rudimentaires — ce système pouvait être bon dans les temps les plus reculés. Son nom d'ailleurs indique qu'il est primitif, quoique très ingénieux d'une manière, dans ce sens que tout le monde, partout où il se trouvait, avait une mesure à sa disposition, nécessairement plus ou moins exacte. Plus tard il fut établi un étalon sous le nom de pied de roi, qui sans doute doit être plus petit qu'un pied de géant.

De puis la science a fait en toute chose des progrès incontestables. La France qui est toujours en éveil et au premier rang sur ce sujet, a inventé et mis en vigueur un système aussi simple et plus efficace. C'est le système métrique.

Comme ce système est appelé à devenir en force au Canada dans un avenir assez rapproché, nous donnons ci-après un tableau démontrant la valeur des principales dénominations de poids et mesures du système métrique exprimée en mesures et poids étalons du Canada :

Mesures de longueur.

Dénominations et valeur métriques	Valeurs et mesures étalons du Canada		
	En verges et en décimales de la verge	En pieds et décimales du pied	En chainons et décimales de chainons
Mètres			
Myriamètre —			
10000	10936.143000	32808.430000	49709.74000
Kilomètre —			
1000	1093.614300	3280.843000	4970.97400
Hectomètre —			
100	109.361430	328.084300	497.09740
Décamètre —			
10	10.936143	32.808430	49.70974
Mètre —			
1	1.093614	3.280843	4.97097
Décimètre —			
1-10	.109361	.328084	.49710

Centimètre —			
1-100	.010936	.032808	.04971
Millimètre —			
1-1000	.001094	.003281	.00497

Mesures de superficie.

Dénominations		Valeur et mesures étalons du Canada		
et valeur métriques		Mètres carrés	En verges carrées et décimales de la verge carrée	En chainons et décimales du chainon carré
Hectare	100 ares 10000	10000	11959.9224	247105.8250
Décare	10 ares 1000	1000	1195.9922	24710.5825
Are	1 are 100	100	119.5992	2471.0582
Centiare	1-100 ares 1	1	1.1960	24.7106

Poids.

Dénominations		Valeur et mesures étalons du Canada		
et valeur métriques		Grammes	En livres avoir du poids et décimales de la livre	En grains et décimales du grain Troy
Tonne	1000000	1000000	2204.62234	
Quintal	100000	100000	220.46223	
Myriagramme	10000	10000	22.046223	
Kilogramme	1000	1000	2.204622	
Hectogramme	100	100	.220462	
Décagramme	10	10	.022046	
Gramme	1	1	.002204	15.4323564
Décigramme	1-10	1-10	.0002204	1.5432356
Centigramme	1-100	1-100	.0000220	.1543236
Milligramme	1-1000	1-1000	.0000022	.0154324

Capacité.

Dénominations		Valeur et mesures étalons du Canada		
et valeur métriques		Mètres cubes	Litres	En gallons et décimales du gallons
Kilolitre	1	1	1000	219.9753
Hectolitre	1-10	1-10	100	21.9975
Décalitre	1-100	1-100	10	2.1998
Litre	1-1000	1-1000	1	.2200
Décilitre	1-10000	1-10000	1-10	.0220
Centilitre	1-100000	1-100000	1-100	.0022

LE POINT OU POUVOIR DE VENTE DE LA PUBLICITE

Le point de vente d'une annonce se pose à l'intersection de son pouvoir d'attraction et de son pouvoir de persuasion.

Dans un espace d'annonce, d'après la pratique générale, il y a plusieurs manières d'attirer l'attention de celui qui la lit, et la plupart d'entre elles sont sans valeur. Une façon est d'employer un grand espace et de concentrer l'annonce dans le milieu de cet espace, afin que le contraste de l'espace resté en blanc avec celui imprimé soit vivace et frappant. Une autre méthode est celle de faire une ingénieuse combinaison de mots (qu'ils soient ou non sans signification semble, dans la pratique générale, indifférent — l'attention étant le seul desideratum), ou un ingénieux dessin, gravure ou signe de quelque sorte. Une autre est d'employer des contrastes frappants de couleurs. Encore une autre est d'employer quelque une des manières sus-mentionnées en combinaison avec un grand espace, afin que vous ayez le signe frappant, mot, gravure ou couleur, en grand contraste avec la grande étendue d'espace qui l'entoure.

Lorsque l'annonce est sous formes de spécialité, nouveauté ou prime (et ces formes de publicité, spécialement la dernière, comme nous le verrons plus tard, sont les plus subtiles et les plus puissantes comme médiums pour attirer et persuader), les moyens employés sont particulièrement adaptés à la forme spéciale que prend la publicité.

Il est parfaitement clair qu'il y a une limite à ce pouvoir d'attirer l'attention simplement dans l'espace tel qu'employé comme ci-dessus. Cela signifie qu'un petit signe dans le centre d'un mur peint en blanc d'une maison à deux étages attirera autant d'attention qu'un signe similaire, fait en comparaison, et placé sur le côté d'un gigantesque élévateur à grains, avec une vue ouverte pour une longue distance tout alentour. Encore, un tel petit signe mis au centre d'une demi-page d'un magazine a autant de pouvoir d'attraction que le même signe, agrandi en comparaison dans une page entière d'un journal quotidien, qui est plusieurs fois la grandeur d'une page d'un magazine. Et, finalement, le signe mis au centre de la page du magazine sera aussi puissant dans sa valeur d'attraction que le même signe, d'après échelle, mis au centre sur le côté de l'élévateur à grains. En d'autres mots, il y a un point où les stimulants d'espace croissant manque de créer un pouvoir croissant d'attraction. Ce point on peut l'appeler le point d'attention de la limite d'espace.

La logique ci-dessus s'applique naturellement, seulement à l'attention qui est éveillée dans l'individu, non au nombre d'individus dont l'attention a été éveillée. Ainsi une page d'un magazine à grande circulation peut éveiller l'attention d'un plus grand nombre infini d'individus qu'un signe ne sera vu que par les passagers d'un train transcontinental, et seulement le jour, moment ou seuls quelques passagers le regarderont.

Le pouvoir d'attention de l'espace employé dans un annonce est limitée par le point limité d'attention dans l'espace elle-même.

Mais il y a toujours un autre élément d'attraction, et celui-ci est le pouvoir d'attention du signe lui-même — les mots, gravures ou autres symboles. Au pouvoir d'attention de cet élément il n'y a presque pas de limite, excepté celui que l'on pourra trouver dans l'esprit du lecteur lui-même.

Il doit donc être clair, une fois de plus, que ce pouvoir d'attraction que l'on peut mettre dans une annonce en suivant ces lois, encore si la persuasion manque dans une telle annonce, son pouvoir de vente ne sera pas près d'être aussi haut que celui d'une autre annonce similaire avec son pouvoir de persuasion.

Si, par exemple, l'on a deux annonces de même pouvoir d'attention d'espace, et que ce même pouvoir dans l'ingéniosité ou l'emphasé de sa légende, annonce, disons deux mar-

ques de savons. Qu'une de ces annonces mette simplement le nom du savon; que l'autre ajoute la suggestion que le savon est "Doux et Curatif".

Dans un tel cas, toutes autres choses étant égales, telles que prix, qualité, etc., nous savons que l'annonce qui donne la persuasion fera vendre beaucoup plus que l'autre. Si, pourtant, vous vouliez qualifier l'une et l'autre annonce du mot persuasif, "parfumé", vous y introduiriez un autre élément — celui du goût ou de la fantaisie — et limiteriez la vente aux acheteurs qui aiment le savon parfumé. Mais parmi ces acheteurs vous auriez sans nul doute une plus grande vente que si vous aviez omis cet appel spécial.

Dans le jeu d'une force contre l'autre, le jeu du pouvoir d'attraction contre celui de la persuasion dans l'annonce — on touche à une balance. Disons plutôt qu'une ligne de force — la ligne de force d'attention — fait conjonction ou croise l'autre — la ligne de persuasion — à quelque point qui est le résultat de l'entrejeu. Ce point, encore clair, est le point auquel l'attention est condensée avec la persuasion qui publie la vente des marchandises.

Ce point, nous l'avons déjà nommé, est le point de vente.

Ainsi nous voyons que tandis que le pouvoir d'attraction est lui-même une chose composée — c'est-à-dire l'espace "plus" l'ingéniosité ou la frappante impression de la matière à lire ou de la gravure — le pouvoir de vente d'une annonce est aussi une chose composée, qui est, le pouvoir d'attraction "plus" le pouvoir de persuasion de l'annonce. Et cela vaut la peine de remarquer que les deux sont concentrés ensemble d'une manière absolument certaine.

Donc, que l'annonceur ne croit pas que parce que son annonce est la plus puissante pour attirer l'attention au pays, elle est aussi la plus puissante pour amener les affaires. Qu'il se souvienne de plus, que la persuasion du mot imprimé, même employé dans sa plus grande force, est sans aucun doute un certain agent d'affaires, quoique l'on puisse dire avec certitude que son absence de l'annonce rend cette annonce infiniment plus faible que l'annonce qui est renforcée par son emploi.

LES FRUITS

La valeur marchande d'un article dépend beaucoup de la façon dont il est présenté; et ceci est devenu spécialement vrai de nos jours pour les denrées alimentaires, qu'elles soient offertes à l'état naturel ou manufacturées.

Les producteurs de fruits ont reconnu cette transformation du goût du public et, depuis quelques années, présentent beaucoup mieux leurs produits frais. Des pomiculteurs qui se respectent ne songeraient plus à emballer leurs produits dans des barils ou des caisses de seconde main ou souillés ou grossièrement construits. On estime que l'aspect du contenant doit suggérer la haute qualité du contenu et que, une fois le récipient ouvert, le fruit doit apparaître intact et attrayant.

L'emballage du fruit en barils et en caisses comporte quelques principes généraux qu'on arrive facilement à s'assimiler, du moins pour l'emballage en barils. L'emballage en caisses est plus difficile, mais d'après M. Alex. McNeill, chef du service des fruits, un novice peut arriver, au bout d'une saison de pratique, à faire un emballer passable s'il travaille d'après de bons principes. C'est pour enseigner ces principes que M. McNeill a rédigé une brochure illustrée

qui constitue le bulletin 34 de la série du commissaire de l'industrie laitière. Comme le fait observer dans sa lettre d'envoi, M. Ruddick, chef de la division, cette étude contient une foule de renseignements nouveaux sur les procédés les plus récents d'emballage des pommes et des poires. Cet ouvrage en 66 pages et orné de gravures explicatives, forme un traité très complet qui sera envoyé gratuitement à tous ceux qui en feront la demande au bureau des publications du Ministère de l'Agriculture, à Ottawa.

POUR LES COMMIS

Votre travail vous fait-il remarquer comme un représentant des idées, méthodes et principes modernes? Ou simplement, suivez-vous la routine de l'impulsion et des circonstances?

Si votre patron est un de la bonne sorte, vous pouvez croire qu'il sait lequel de ses commis lui est le plus précieux et qu'il ne haussera pas le salaire des paresseux.

Savez-vous quelle sorte de commis les marchands de la compagnie recherchent? Ils veulent des hommes qui prennent l'intérêt du magasin et essaient à ce que ses plans aient un succès complet.

Le bon commis pour la bonne place peut commander lui-même son salaire.

Il est si difficile de faire converser quelques commis sur la marchandise qu'ils vendent, que l'on dirait qu'on aurait dû leur être présenté avant de leur parler.

Le bon vendeur ne perd jamais sa bonne humeur n'importe combien dur il peut être ennuyé par des clients hargneux. Une réponse polie non seulement apaise la mauvaise humeur, mais aussi retient le client.

N'ennuyez jamais vos clients avec des histoires de vos tribulations personnelles.

Connaissez-vous quelqu'un qui aime à faire des affaires avec un homme qui n'est pas fiable? Le faites-vous, vous-même?

Plus de gens vous connaîtrez personnellement, plus grande sera votre chance d'augmenter la clientèle du magasin. Amener de la clientèle vaut de l'argent pour vous comme commis.

La seule manière d'être vite riche est de jouer, puis alors vous êtes presque certain de devenir vite pauvre.

Lorsque Benjamin Franklin a dit: "Gardez votre bouche humide et vos pieds secs", il n'a pas voulu dire que faire la noce aidait les affaires, car il a dit aussi: "Celui qui boit vite paie doucement".

Un commis sombre, à moitié malade, ferait plus de bien au magasin en restant dans son lit qu'il ne le pourrait le faire en devoir. Il vaut mieux se reposer un jour, n'importe quand, que de mécontenter un client.

Le succès dans la vente est basée sur la connaissance intime de la nature humaine. Etudiez vos clients. Tâchez de connaître leurs caractéristiques individuelles et leur humeur.

Le succès du magasin dans lequel vous travaillez signifie presque autant pour vous que pour votre patron. Ce succès dépend presque autant de vous que de lui. Chaque commis doit prendre autant de responsabilité qu'il le peut.

Lorsque des nouveaux venus dans la ville arrivent dans votre magasin, prenez la peine de leur faire croire qu'ils sont chez eux. Le magasin qui le premier les met à leur aise sera celui qui aura leur clientèle.

Dès le moment où vous êtes engagé pour travailler dans un magasin, celui-ci devient "notre" magasin. Ses intérêts deviennent vôtres et son succès ou sa faillite deviennent également vôtres.

L'homme qui marche en tête actuellement est celui qui recherche des méthodes perfectionnées et le commis sage recherche le magasin qui fait des affaires sur une base moderne.

Le marchand dont le système est tel qu'il ne peut dire le soir si tout l'argent versé sur le comptoir est entré dans sa caisse, est le marchand qui peut le plus suspecter les commis. Travaillez dans un magasin qui vous protège contre tout soupçon.

Même si le patron emploie de mauvaises paroles, ce n'est pas une raison que vous le fassiez. Le marchand qui a des défauts ne désire pas qu'ils soient reproduits chez ses commis.

Si un magasin pouvait avoir la réputation d'être le plus accommodant de la ville et d'avoir les commis les plus accommodants, quelles affaires il ferait, spécialement avec les femmes!

Dénaturer une chose est le vol du commerce.

Ne soyez pas un chipoteur et n'encouragez pas vos clients à chipoter. L'idée d'un seul prix est la seule bonne. Chipoter est passé de mode.

Aucun homme n'est parfait et votre patron le sait. Vous ferez des erreurs comme il en a fait. N'essayez pas de les cacher. Avouez-les et évitez la nécessité de mentir.

Si vous voulez vendre autre chose en place de ce qui vous est demandé, soyez franc et dites-le au client. N'essayez jamais de substituer en sous-main un article pour un autre.

La vraie originalité est presque aussi rare que des dents de poules. Ne croyez pas que vous devez tirer des plans qui n'ont jamais été essayés par d'autres auparavant pour arriver en tête.

Le commis qui sert les clients en jetant un coup d'oeil à ce qui se passe dans la rue, vaut à peu près la moitié du salaire qu'il touche. La vente des marchandises demande toute l'attention du commis, même alors il faillira assez souvent.

Si vous ne faites jamais d'erreurs, vous valez beaucoup mieux que d'être commis. Si vous en faites, ne vous fâchez pas si on vous corrige.

Si vous n'êtes pas enthousiaste à propos de votre travail, vous ne pouvez vous attendre à le faire avec succès.

Dénaturer n'importe quoi est fatal à votre réputation d'honnêteté.

Lisez tout ce qui parle affaires de magasins. Les méthodes commerciales changent tous les jours, et l'homme progressif change avec elles.

Les méthodes peuvent changer, mais les principes jamais. Il n'y a qu'une seule base sur laquelle l'homme peut arriver au succès, c'est l'honnêteté.

LA SEMAINE CHEZ LES COMMERÇANTS.

La température n'a pas été jusqu'ici bien favorable au commerce de marchandises sèches et de vêtements, mais les marchands-détailliers de la ville rapportent cependant que les affai-

res, lorsqu'il fait beau, ne sont pas mauvaises. Les marchands de gros ont eu aussi un assez bon montant de commandes. Dans la campagne, le commerce est, parait-il très tranquille et les perceptions se font lentement.

Le commerce d'épicerie est assez bon pour la saison et les prix n'ont subi aucun changement. Le prix du sucre continue à être bas et l'on s'attend à une nouvelle révision de la liste des prix des manufacturiers. Les thés de Ceylan et des Indes sont fermes. Le marché du fer en gueuse est toujours tranquille et les grosses manufactures de wagons ont réduit leur personnel.

Dans les ferronneries, bien que les acheteurs soient encore prudents, on enregistre un chiffre satisfaisant d'affaires et les prix restent fermes. Le fer en barre est plutôt plus élevé à \$2.05.

La plupart des manufactures de chaussures ne travaillent pas à leur pleine capacité et jamais encore les affaires, dans cette ligne, n'avaient été aussi tranquilles.

Les voyageurs dans les fourrures rapportent que les marchands ont encore quantité de marchandises sur leurs rayons et que les achats ne sont pas considérables.

Dans le commerce d'exportation des grains, tout est tranquille ici, les prix ne faisant pas l'affaire des acheteurs européens.

Dix faillites ont été enregistrées dans le district, cette semaine, avec un passif de \$85,000.

LES OEUFS.

Pour la deuxième fois en une semaine la maison Gunn, Langlois & Cie a reçu l'offre d'un wagon d'oeufs, au prix du jour. Jusqu'ici nous fournissions des oeufs à l'Ouest qui les payait très cher. Les fermiers de la prairie ont commencé l'an dernier à faire en grand l'élevage de la poule. On en voit le résultat et on ne peut que s'en réjouir. Si l'Ouest, depuis Edmonton et Calgary jusqu'à Winnipeg, continue à nous offrir des oeufs, il est probable que nous allons les payer cette année meilleur marché que depuis longtemps. Ce n'est pas malheureux qu'au moins nous ayons la perspective de payer meilleur marché une chose qui se mange. Le fait est tellement imprévu qu'on ne peut y croire. Quoiqu'il en soit, nos fermiers apportent des oeufs et les commissionnaires des Etats-Unis nous en envoient à pleins wagons.

Tant mieux si le prix de la vie tend enfin à baisser; l'oeuf est un aliment précieux qu'on peut, dans une large mesure, substituer à la viande.

LAPORTE, MARTIN, LIMITEE.

Cette grande maison d'épicerie et de vins et liqueurs en gros offre cette semaine à ses clients toute une série d'occasions en fait de conserves alimentaires. A une autre page de ce numéro on verra principalement que cette maison annonce les conserves alimentaires de la marque "Soleil" dont l'emballage se fait sur les lieux mêmes de culture. Ces conserves se composent de toutes sortes de légumes frais mis en boîtes. Inutile de dire qu'en plus de cette marque, il y a toute une variété d'autres occasions en fait d'articles d'épicerie et dans les vins et liqueurs. C'est le moment de s'approvisionner pour la Semaine Sainte et pour Pâques. Avis à qui de droit.

BIEN LIVRER

"Lorsque l'article hausse on est souvent tenté de livrer au-dessous de ce qu'on a vendu et on essaie d'"embarquer" l'acheteur. C'est une erreur.

"D'abord ce procédé entraîne des risques immédiats, résiliations coûteuses ou lourdes bonifications.

"Mais, et c'est pire, on prend la réputation de mauvais livreur, ce qui rendra les affaires futures difficiles. Les succès des grandes marques, des magasins bien achalandés provient de ce qu'ils ont toujours donné entière satisfaction à leurs acheteurs.

"Il en est de même pour le commerce du gros. Le vendeur qui a constamment bien livré obtiendra la préférence, on lui payera facilement les pleins prix et, en cas de différence accidentelle, on sera plus coulant avec lui.

"Donc il est intelligent de bien livrer."

Ces conseils ne se limitent pas aux exportateurs des Etats-Unis; les industriels Canadiens feraient bien de les méditer.

C'est en bien livrant, en effet, qu'on s'attache la clientèle, qu'on l'étend. Il faut que l'acheteur éprouve un sentiment de satisfaction lorsqu'il déballe sa marchandise.

Lorsqu'il a reçu une série d'envois irréprochables, il a confiance et donnera toujours la préférence à l'usine dont il n'a eu qu'à se louer.

Et puis cette réputation de bon livreur se propage. C'est ainsi que certaines fabriques s'implantent sur les marchés et s'y créent une clientèle fidèle.

L'industriel qui livre mal a toujours des ennuis coûteux; si sa marchandise est de 2% inférieure à ce qui était convenu, il supporte un rabais quatre ou cinq fois plus élevé. C'est donc lui qui est perdant. En outre, il mécontente les acheteurs et favorise ainsi ses concurrents.

Par conséquent, il faut s'attacher scrupuleusement à bien livrer, surtout lorsque l'on est payé d'avance. Agir autrement constitue la pire des maladresses.

LE SUCCES OU LA FAILLITE

Le commerce est une dépense de temps et de labeur faite dans le but de réaliser un profit net ou d'éviter une perte sèche. Pour réussir en affaires, un marchand doit réaliser un accroissement de richesse pour tout le temps qu'il engage son entreprise. Il peut lui arriver d'enregistrer des profits nets pendant quelques années et des pertes sèches pendant une autre période; mais si, en se retirant des affaires, il emporte plus de capital qu'il n'en avait engagé, il peut dire qu'il a atteint le succès. Autrement, il a échoué dans la tâche qu'il s'était imposée.

En travaillant pour le succès, un marchand devrait s'efforcer d'augmenter ses revenus ou de les maintenir le plus haut possible, et de diminuer ses dépenses commerciales ou de les maintenir le plus bas possible en calculant de façon à les tenir en deça de ses revenus et en essayant soigneusement d'éviter toute perte inutile de temps, de labeur et d'argent, sans cependant se faire ménager de bouts de chandelles et avare. Pour cela, il devra tenir un tel compte de ses opérations commerciales, qu'il puisse à certains intervalles savoir si ses affaires progressent ou périssent.

Dans ses rapports avec la clientèle sur laquelle il compte pour réussir, le marchand doit faire tout en son pouvoir pour plaire. Car, s'il ne peut pas lui donner plus de satisfaction que de désagrément inévitable, la faillite sera son lot. Un seul client mécontent peut quelquefois faire plus de tort que n'en sauraient contrebalancer plusieurs clients satisfaisants. Par conséquent, il

importe que le marchand évite de mécontenter ses clients autant que cela lui est possible.

Les gens sont plus portés naturellement à déprécier qu'à vanter, et, pour une raison ou pour une autre, nous sommes tous plus portés à croire aux mauvaises nouvelles qu'aux bonnes, à moins que nous ayons de bonnes raisons de croire que le porteur de mauvaises nouvelles est intéressé à nous tromper, dans lequel cas une attaque vaut mieux qu'une louange.

En général, un client satisfait trouve rarement à redire du service ou de la marchandise de son fournisseur tandis que le mécontent se plaît à récriminer chaque fois que l'occasion s'en présente; et si elle ne se présente pas assez souvent pour son goût, il la fait naître.

Le marchand a à faire face à de nombreux facteurs dans sa profession. Celui qui ne sait pas réunir et coordonner tous les éléments de succès au bénéfice de son commerce, celui-là est sûr de travailler inutilement et en pure perte.

EXPORTATIONS ET IMPORTATIONS

Nous avons exporté au Royaume-Uni pour la somme de
\$178,000,000

Le Royaume-Uni a absorbé la partie la plus considérable des exportations du Canada, pendant l'année fiscale 1912-13, à savoir, pour une somme de \$178,000,000 contre un montant de \$167,000,000 de produits canadiens qui ont pris le chemin des Etats-Unis.

Les exportations dans les autres pays sont relativement minimes.

Néanmoins, nos importations nous viennent pour la plus grande partie, des Etats-Unis, soit, un total de \$411,000,000 tandis que nous n'avons reçu du Royaume-Uni que pour \$139,000,000 de produits.

Parmi les nations qui exportent au Canada, la France se classe troisième, et l'Allemagne quatrième.

Notre pays a exporté plus d'instruments aratoires qu'il n'en a importés: les exportations se chiffrent par \$2,228,866 et les importations par \$2,080,529.

Les Etats-Unis ont acheté une large part de machineries agricoles fabriquées au Canada.

PRESENTATION ET DINER.

MM. A. J. Price et H. O. Trombley, ont été les récipiendaires d'une superbe horloge à un diner donné en leur honneur, samedi soir, le 21 mars dernier, chez Cooper, par plusieurs agents d'annonce, comme joyeux "send-off" pour leur nouvelle entreprise de "T. P. Displays".

M. James Peters, de la Compagnie de l'Imperial Tobacco, présidait et a fait la présentation du cadeau.

DECES D'UN HOMME CONNU.

C'est avec regret que nous annonçons le décès de M. David-Keay McLaren, de la maison D. K. McLaren Limited, marchand de courroies de transmission, sur la rue Saint-Jacques. Il est décédé à l'âge de 79 ans, le 18 mars 1914, après avoir rempli une belle vie commerciale de plus d'un demi-siècle. Le commerce entier a perdu en M. McLaren un de ses membres les plus distingués.

COMMENT ON ATTIRE ET CONSERVE LE CLIENT DANS LE COMMERCE DES CHAUSSURES.

La grande préoccupation de tout commerçant ancien ou nouveau, mais surtout nouveau, doit être d'attirer le plus de clients possible, d'abord, et ensuite de les conserver, car il ne sert à rien de se créer une clientèle sérieuse si les moyens propres à se l'attacher ne sont pas employés.

Pour atteindre ce double but, il convient de faire marcher de pair une double action.

1° Se faire une clientèle en frappant très adroitement l'esprit du client.

2° Se l'attacher par la livraison d'articles irréprochables.

Quelque simple que paraisse la solution de ce double problème, elle n'en comporte pas moins des facteurs nombreux qu'il n'est pas inutile d'énumérer, car il ne faut pas croire que la réussite dépend du plus ou moins de chance de chaque individu.

Ces préjugés sont d'un autre âge, le positivisme de notre siècle en a fait justice, et si parmi nos lecteurs il en est encore qui laissent à leur bonne étoile le soin de décider de leur avenir, nous leur conseillons bien sincèrement de se détromper et de ne compter que sur leurs propres efforts, sur leur intelligence et leur activité.

Qui contestera, par exemple, que le choix d'un emplacement, point capital pour la création d'un établissement, ne soit pas une chose essentielle pour ou contre la réussite, comme elle est aussi celle qui est subordonnée au plus ou moins d'intelligence d'un individu.

Et cependant, il en est qui accusent leur mauvaise chance d'un échec inattendu, tandis qu'ils devraient le mettre sur le compte du mauvais choix de l'emplacement.

Pour les autres questions, il en est de même, et nous bornerons à cet exemple notre effort pour détruire le préjugé en question, au surplus nous avons mieux à faire puisqu'il nous faut développer la thèse présentée par ces mots: se faire une clientèle et se l'attacher.

En principe il faut admettre qu'un passant dont les regards sont attirés par un décor séduisant et dont l'esprit est frappé par une mise en scène savante, sobre et de bon goût, est fatalement appelé à devenir un client.

Le décor séduisant est constitué par une devanture de couleur voyante sans être criarde, mais qui, en tous cas, tranche sur celle des magasins avoisinants.

Néanmoins, il faut se garder d'une trop grande prodigalité d'inscriptions qui dénote un mauvais goût dont l'effet le plus sûr est de donner une très mauvaise opinion du chef de maison et de fatiguer le passant, qui ne se reconnaît plus dans le débordement d'annonces et d'inscriptions diverses. A notre avis le nom de la spécialité et, au besoin, une désignation allégorique suffisent.

La mise en scène doit également être très sobre, à moins que, en raison de circonstances exceptionnelles, l'on adopte un mode original inédit et à grand effet.

En temps ordinaire l'on ne doit placer dans la vitrine que peu d'articles, mais tous choisis et bien présentés.

Point de ces immenses piles et de ces rangées symétriques où les modèles se confondent au point que l'oeil le plus expert ne pourrait définir le genre, la nature, le galbe ou la tournure des articles composant ce vaste fouillis.

Au contraire, ne mettons dans la vitrine que quelques articles choisis placés sur embauchoirs et présentés les uns de face les autres de côté et d'autres enfin en dessous. De la sorte le passant peut apprécier toutes les qualités d'un article qui ne

mieux séduire la clientèle, certains commerçants ont l'habitude de placer dans la montre de toutes petites pointures de chaussures.

Il nous faut ici puisque nous en sommes aux articles d'étalages, donner un conseil dont tous les détaillants apprécieront l'importance.

Dans un but extrêmement louable, puisqu'il est destiné à mieux séduire la clientèle, certains commerçants ont l'habitude de placer dans la montre de toutes petites pointures.

Dans leur esprit, et ils n'ont pas tout à fait tort, emprenons-nous de le dire, la vue d'une petite chaussure produit plus d'effet sur les passants, mais comme les petites pointures s'écoulent moins rapidement que les moyennes, il s'ensuit que la boutique devient très vite un vrai dépôt de rossignols, car l'on sait qu'un article restant tant soit peu en montre perd de sa fraîcheur et n'est plus vendable au cours.

Donc il est absolument nécessaire de ne mettre en vitrine que des pointures courantes qui, par cela même, sont plus faciles à écouler et n'ont pas le temps de devenir des rossignols.

Nous ne poursuivrons pas plus loin aujourd'hui l'examen des moyens propres à attirer la clientèle, nous reviendrons sur ce sujet dans un de nos prochains numéros, attendu qu'il fournit matière à d'innombrables conseils tous plus utiles les uns que les autres.

Mais il nous reste à dire deux mots sur le second point énoncé au début de cet article, savoir comment on retient la clientèle après l'avoir attirée.

Ici également les moyens abondent et nous ne pouvons pas les exposer tous en une seule fois, mais en première ligne il convient de placer la livraison d'articles irréprochables.

La première condition pour qu'un client reste fidèle c'est de lui fournir des chaussures dont il soit satisfait. Mal servi une fois un acheteur est perdu à jamais et la réputation de la maison est définitivement compromise.

Nous ne voulons certes pas préconiser la vente exclusive d'articles de choix, il faut en avoir pour toutes les bourses, mais nous sommes d'avis qu'il est adroit de toujours chercher à faire accepter des articles supérieurs.

Si le client les trouve trop chers, il est toujours temps de lui répondre que le magasin est pourvu de sortes secondaires, mais dans ce cas l'on doit toujours déclarer la véritable qualité de la marchandise: aucun reproche n'est alors mérité, et si l'usage n'a pas été long le client ne s'en prend qu'à lui et reconnaît qu'étant prévenu, il serait injuste de faire retomber la responsabilité de la déconvenue sur une maison qui agit si loyalement.

Voilà rapidement exposés, les principes primordiaux qui régissent le commerce des chaussures, dès à présent nos lecteurs peuvent les mettre en pratique, en attendant les autres conseils que nous ne tarderons pas à leur donner.

LE COMMERCE EXTERIEUR

On se réjouit beaucoup à Ottawa du fait que notre commerce extérieur a continué d'augmenter cette année encore en dépit de la crise. De fait, nos exportations et importations vont dépasser sensiblement le milliard.

Est-ce à dire que le pire est fait et que l'année gscale prochaine accentuera encore ce mouvement progressif?

Peut-être pas.

Aux Etats-Unis, les importations et les exportations diminuent depuis quelques mois.

Ici, il est assez difficile de dire au juste si les affaires reprennent ou non tant différent les rapports des voyageurs de commerce.

LES FRUITS S'EN VIENNENT.

Les navires suivants sont signalés en route des ports de la Méditerranée pour les marchés des Etats-Unis et du Canada avec des cargaisons de citrons.

Les points de départs sont désignés par des initiales, M. pour Messine, et P. pour Palerme.

New-York:—		Boîtes,
Re de Italia ...	P.	13,000
Laconia ...	P.	13,000, M. 1,700
Cuserta ...	P.	18,000
San Giovanni ...	M.	4,000
Himalia ...	P.	20,000
Monginevro ...	P.	21,000
Belvedere ...	P.	15,500
Hamburg ...	P.	15,000
Boston:—		
Palermo ...	P.	15,000
Philadelphie:—		
Himalia ...	P.	3,000
Nouvelle-Orléans:—		
Clara ...	P.	20,000
Baltimore:—		
Monginevro ...	P.	3,500

NOTRE COMMERCE DE DENREES.

Les exportations aux Etats-Unis pour l'année 1913.

Le montant total des denrées exportées aux Etats-Unis par Winnipeg, l'année dernière, est de \$7,436,578 contre \$5,728,299 en 1912. Les peaux ouvrent la marche avec un montant de \$1,612,292, à peu près un million de moins qu'en 1912. Les fourrures arrivent en second lieu avec \$851,608 à comparer à \$521,337. Les exportations de blé forment une somme de \$148,113, tandis que l'année précédente elles avaient monté à \$177,619. On a exporté de la racine de senega pour la valeur de \$131,530. L'orge pour un montant de \$58,603; le son pour \$237,576; le lin, \$797,997, ce qui donne un excédent sur l'année 1912, où les exportations se chiffraient par \$271,026, seulement; la farine, \$56,241, représente une diminution de \$265,198 sur l'année précédente; l'avoine, \$693,574 contre \$145,670 en 1912; l'avoine en gousses et l'avoine de pur grain, \$61,318, contre \$19,426. Une augmentation considérable est rapportée quant au nombre des bestiaux. Pour 1913, elles se chiffrent par \$752,232 et pour 1912 elles ne montaient qu'à \$70,362. Les exportations de poisson étaient de \$360,372 ou un peu plus basses que celles de 1912 qui montaient à \$361,925. La valeur du bois exporté l'an dernier était de \$461,879 contre \$94,525 en 1912.

SUCRERIES-ÉCOLES.

L'industrie du sucre et du sirop d'érable.

Convaincu de la nécessité d'encourager notre industrie nationale du sucre et du sirop d'érable et d'en provoquer tout le développement qu'elle mérite tout en améliorant les produits, l'hon. J. Ed. Caron, ministre de l'Agriculture, vient d'ouvrir trois sucreries-écoles, dans lesquelles on enseignera

les meilleures méthodes de fabrication du sucre et du sirop d'érable, et tout ce qui se rapporte à la mise de ces produits sur le marché.

Ces trois sucreries-écoles sont situées à Beauceville, comté de Beauce, à Sainte-Louise, comté de l'Islet, et à la Minerve, comté de Labelle.

La sucrerie de Beauceville, dirigée par M. Bolduc, pourra recevoir environ six élèves; celle de la Minerve, dirigée par M. Lefebvre, pourra recevoir une dizaine d'élèves, et celle de Sainte-Louise, sous la direction de M. Dupuis, pourra loger également une dizaine d'élèves.

Les jeunes gens qui désirent suivre les cours qui vont se donner très prochainement pendant la saison du sucre, doivent se hâter de donner leurs noms et adresses à l'honorable ministre de l'Agriculture, à Québec, car, comme on vient de le dire, le nombre des élèves qui seront admis à ces sucreries-écoles est très limité.

NOUVELLES CHARTES.

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

"General Utilities Corporation, Limited". Pour exploiter et commercer de travaux hydrauliques, systèmes de drainage et d'égouts, etc. Capital-actions, \$50,000, à Sorel.

"Pure Food Supply Company, Limited". Pour produire, fabriquer et commercer en toutes sortes de produits alimentaires, remèdes, drogues, etc. Capital-actions, \$100,000, à Montréal.

"Northeastern Lunch Company, Limited". Pour établir, construire, opérer et commercer en restaurants, cafés, salles à manger, etc. Capital-actions, \$300,000, à Montréal.

"Midway Photo-Play Company, Limited". Pour construire, fabriquer, acheter, gérer et commercer en pellicules de vues animées et tous autres accessoires nécessaires pour cela. Capital-actions, \$90,000, à Montréal.

"Bankers Realty, Limited". Pour faire le commerce général d'immeubles dans toutes ses branches. Capital-actions, \$100,000, à Montréal.

"Direct Provisions, Limited". Pour faire le commerce général de provisions, vins et liqueurs dans toutes ses branches. Capital-actions, \$500,000, à Montréal.

"The French Realty Company of Montreal, Limited". Pour faire le commerce général d'immeubles dans toutes ses branches. Capital-actions, \$1,000,000, à Montréal.

COMPAGNIES INCORPORÉES.

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

"Donohues' Limited". Exercer le commerce général d'hôteliers et restaurateurs, etc. Capital-actions, \$20,000, à Montréal.

"Silver Dollar Palace, Limited". Exercer le commerce général d'hôteliers et restaurateurs dans toutes ses branches. Capital-actions, \$20,000, à Montréal.

"The Canada Light & Power Company". Pour exploiter des pouvoirs hydrauliques et électriques, etc., et en commercer. Capital-actions, \$140,000, à St-Jean-Chrysostôme, comté de Chicoutimi.

Epicerie et Provisions

LA SITUATION.

Le marché de l'épicerie est fermé sans changement de prix. Il y a une bonne demande pour les thés de toutes marques avec des prix plus fermes, car les stocks s'épuisent rapidement. Le commerce général de l'épicerie est bon et l'argent n'est pas trop rare.

Nous cotons:

SUCRES

Extra granulé, sac, les 100 lbs.	4.15
Extra granulé, brl., 5 x 20, 100 lb.	4.25
Extra ground, baril, les 100 lbs.	4.55
Extra ground, bte 50 lbs. 100 lbs.	4.75
Extra ground, 1/2 bte 25 lbs. 100 lb.	4.95
No 1 Yellow, baril les 100 lbs.	3.80
No 1 Yellow sac les 100 lbs.	3.75
Powdered, baril 100 lbs.	4.35
Powdered, bte 50 lbs. les 100 lbs.	4.55
Paris Lumps, 1/2 bte 25 lb. 100 lb.	5.20
Crystal Diamond, btes 100 lbs.	4.90
Crystal Diamond, 1/2 bte 50 lbs. les 100 lbs.	5.00
Crystal Diamond, 1/2 bte 25 lbs. les 100 lbs.	5.20
Crystal Diamond, Domino, 20 cartons 5 lbs. les 100 lbs.	0.35
Sucres bruts cristallisés, lb.	0.04
Sucres bruts non cristallisés, lb.	0.03 1/2

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

MELASSES

Très bonne demande.

Barbade, choix, tonne	0.30	0.31	0.33
Barbade, tierce et qrt.	0.33	0.34	0.36
Barbade, demi qrt.	0.35	0.36	0.38
Mélasse, fancy, tonne	0.32	0.33	0.35
Mélasse, fancy, tierce et quart	0.35	0.36	0.38
Mélasse, fancy, demi qrt.	0.37	0.38	0.40

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

LARD AMERICAIN

1ère qualité, le quart	28.75
2ème qualité, le quart	26.75

SAINDOUX

Bonne demande.

Saindoux pur, en tinette	La lb.	0.14 1/2
Saindoux pur, en seau		2.95
Saindoux pur, cse de 10 lbs.		0.15 1/2
Saindoux pur, cse de 5 lbs.		0.15 1/2
Saindoux pur, cse de 3 lbs.		0.15 1/2

FARINES ET PATES ALIMEN-

TAIRES

Pâtes alimentaires

Bonne demande.

Nous cotons:	
Arrow root, boîte de 7 lbs.	0.15
Farine Five Roses, qrt.	0.00 6.25
Farine Five Roses, sac	0.00 3.15

Farine Household, qrt.	0.00	6.50
Farine "Regal", qrt.	0.00	6.25
Farine à pâtis. Océan, qrt.	0.00	5.80
Far. d'avoine granulée, sac	0.00	2.60
Far. d'avoine standard, sac	0.00	2.60
Far. d'avoine fine, sac	0.00	2.60
Farine d'avoine roulée, brl.	0.00	5.00
Farine d'avoine roulée, sac	0.00	2.40
Farine de sarrasin, sac	0.00	3.50
Far. de blé-d'Inde, sac	0.00	2.25
Banner, Saxon et Quaker Oats, et Ogilvie, caisse	0.00	4.00
Cream of wheat, cse	0.00	5.75
Fécule de maïs, 1e qité, lb.	0.07 1/2	0.07 1/2
Fécule de maïs, 2e qité, lb.	0.06	0.06 1/2
Fécule de pommes de terre, qrts de 1 lb., doz.	0.00	1.35
Vermicelle, macaroni et spaghetti Canadiens btes de 5 lbs., lb.	0.00	0.27 1/2
En vrac	0.00	0.05 1/2
Paquets de 1 lb.	0.00	0.07
Nouilles aux oeufs:		
Paquets de 1/2 lb., lb.	0.00	0.07 1/2
Spaghetti, pâtes assorties: alphabets, chiffres, animaux nouilles, coudes, importés en vrac, lb.	0.00	0.07 1/2
En paquets de 1 lb.	0.00	0.08
Tapioca pearl, en sac, la "	0.04 1/2	0.05
Tapioca seed, en sac, la "	0.04 1/2	0.05
Sagou	0.04 1/2	0.05

FROMAGES CANADIENS

Bonne demande.

Les fromages petits et gros se vendent aux épiciers 15 1/2c et 16c la livre.

VINAIGRE

Nous cotons, prix nets:

Bollman. cruches paillées, 4 gall. imp. cruche	0.00	2.20
Domestique triple, cruches paillées, 4 gal. imp. cruche	0.00	1.25
72 grains, le gall.	0.00	0.13
88 grains, le gall.	0.00	0.16
118 grains (proof), le gall	0.00	0.20

THES

Les thés verts de Chine Young Hyson à bas prix sont en demande active, avec peu de stock disponible les prix sont en conséquence très raffermiss.

EPICES PURES, GRAINES ET SEL

Bonne demande courante.

Nous cotons:

Allspice, moulu	lb.	0.00	0.18
Anis	"	0.08	0.00
Canary Seed	"	0.07 1/2	0.08
Cannelle, moulue	"	0.00	0.25
Cannelle en mattes	"	0.18	0.22
Clous de girofle entiers	"	0.20	0.22
Chicorée canadienne	"	0.12	0.13
Clous de girofle entiers	"	0.22	0.25
Cojza	"	0.06	0.08
Crème de tartre	"	0.00	0.30
Gingembre moulu	"	0.00	0.25
Gingembre en racine	"	0.17	0.20

Graine de lin non moul.	"	0.03 1/2	0.04 1/2
Graine de lin moulue	"	0.06	0.07
Graine de chanvre	"	0.05 1/2	0.07
Macis moulu	"	0.00	0.75
Mixed spices moulu	"	0.00	0.25
Muscade moulue	"	0.00	0.50
Muscade	"	0.20	0.35
Piments (clous ronds)	"	0.07 1/2	0.10
Poivre blanc rond	"	0.25	0.27
Poivre blanc moulu	"	0.00	0.25
Poivre noir rand	"	0.15	0.17
Poivre noir moulu	"	0.00	0.20
Poivre de Cayenne pur	"	0.00	0.25
Whole pickle spice	"	0.16	0.20
Sel fin en sac		0.00	1.35
Sel fin en 1/2 de sac		0.00	0.40
Sel fin, quart, 3 lbs		0.00	3.30
Sel fin, quart, 5 lbs.		0.00	3.20
Sel fin, quart, 7 lbs.		0.00	3.10
Sel fin, en quart de 280 lbs.			
Ordinary fine		0.00	1.80
Fine		0.00	2.05
Dairy		0.00	2.15
Cheese		0.00	2.45
Gros sel, sac		0.65	0.80

ORGE

Légumes secs.

Nous cotons:		
Orge mondé (pot), sac	0.00	3.00
Orge mondé (pot), baril	0.00	6.75
Fèves blanches, Can., lb.	0.03 1/2	0.04
Orge mondé (pearl), sac	0.00	4.85
Fèves blanches, Can., lb.	0.03 1/2	0.03 1/2
Fèves jaunes minot	2.00	2.10
Lentilles rouges, par sac, lb.	0.05	0.06
Lentilles vertes, par sac, lb.	0.04	0.05
Pois Verts, No 1 lb.	0.04 1/2	0.04 1/2
Pois cassés, le sac	0.03 1/2	0.03 1/2
Blé-d'Inde à soupe, cassé, le sac	0.00	2.40

RIZ

La demande est bonne.

Nous cotons:		
Riz importés:		
Riz Patna, sacs de 112 lbs., suivant qualité lb.	0.05 1/2	0.06
Riz Carolina	0.08	0.09
Riz moulu	0.00	0.06
Riz soufflé (puffed) cse de 36 paquets de 2 pintes	0.00	4.25
Riz décortiqués au Canada:		
Les prix ci-dessous s'entendent f.o.b. Montréal.		
Qualité B, sac 250 lbs.	0.00	3.30
Qualité C, sac 100 lbs.	0.00	3.20
Sparkle	0.00	5.10
India Bright (sac de 100 lbs)	0.00	3.45
Lustre	0.00	3.55
Polished Patna	0.00	4.40
Pearl Patna	0.00	4.60
Imperial Glacé Patna	0.00	4.90
Crystal Japan	0.00	5.10
Snow Japan	0.00	5.30
Ice Drips Japan	0.00	5.45

FRUITS SECS

Assez bonne demande.

Nous cotons:			
Dattes et figues:			
Dattes en vrac	1 lb.	0.00	0.05 1/2
Dattes en pqts de	1 lb.	0.06 1/2	0.07
Figues sèches en boîtes, 3 couronnes	lb.	0.09 1/2	0.10 1/2

4 couronnes	lb.	0.11	0.11½	Champignons, 1er choix	0.20	0.21	Finnan Haddies	doz.	1.35	1.40	
5 couronnes	lb.	0.12	0.12½	Champignons, choix, btes	0.17	0.18	Harengs frais, importes,				
7 couronnes	lb.	0.14	0.14½	Choux de Bruxelles imp.	0.17	0.18		doz.	1.15	1.20	
9 couronnes	lb.	0.15	0.15½	Choux-fleurs	2 lbs.	0.00	1.05	Harengs marinés, imp.	"	1.45	1.65
10 onces	bte	0.11½	0.12½	Citrouilles	3 lbs.	0.80	0.82½	Harengs aux l'ou., imp.	"	1.45	1.40
10 onces	bte	0.07½	0.08	Citrouilles	gal.	2.25	2.27½	Harengs kippered, imp.	"	1.50	1.70
Raisins de Corinthe.	Lb.			Epinaras	gal.	0.00	5.32½	Harengs canadiens kippered		0.95	1.00
Corinthe Filiatras, en vrac	0.00½	0.07		Epinaras	2 lbs.	0.00	1.27½	Harengs canadiens, sauce			
Corinthe Filiatras en cartons 1 lb.	0.07½	0.08		Epinaras	3 lbs.	0.00	1.77½	tomates		0.95	1.00
Raisins de Malaga.	Lb.			Epinaras imp.	bte	0.12	0.13	Homards, bte h., 1 lb.	"	6.40	6.50
Rideau	bte	0.00	2.50	Fèves Golden Wax,	2 lbs.	0.85	0.87½	Homards, bte plate, ½ lb.	"	3.50	3.60
Balmoral	bte	0.00	3.00	Fèves Vertes	2 lbs.	0.85	0.87½	Homards, bte plate, 1 lb.	"	6.75	6.90
Orleans	bte	0.00	4.00	Fèves de Lima	2 lbs.	1.17½	1.20	Huitres (solid meat), 5 oz.			
Royal Excelsior	bte	0.00	5.50	Flageolets importés	bte	0.13½	0.15		doz.	0.00	1.40
Raisins Sultana.	Lb.			Haricots verts imp.	bte	0.13	0.17	Huitres (solid meat), 10 oz.,			
En vrac	0.00	0.10		Macédoine de légumes.	bte	0.10	0.16		doz.	0.00	2.00
Cartons, 1 lb.	0.00	0.11½		Marinades en seau, 5 gal.	0.00	2.50		Huitres	1 lb.	0.00	1.50
Raisins de Valence.	Lb.			Petits pois imp. moyens	bte	0.11	0.11½	Huitres	2 lb.	0.00	2.45
Valence fine off Stalk, btes de 28 lbs.	0.00	0.06		Petits pois imp. mi-fins	bte	0.11	0.12	Maquereau, tin 1 lb., la doz.		0.00	1.45
Valence Selected, btes de 28 lbs.	0.00	0.06½		Petits pois imp. fins.	bte	0.16	0.17	Morue No 2	lb.		(manque)
Valence Layers, 4 cour., btes de 28 lbs.	0.00	0.07		Petits pois imp. ext. fins.	bte	0.17	0.18	Morue grosse en quart lb.			(manque)
Raisins de Californie.	Lb.			Petits pois imp., surfins.	bte	(manquent)		Royans aux truffes et aux			
Epépinés, paq. 1 lb., fancy	0.00	0.10½		Pois Can. English Garden	0.82½	0.85	achards	bte	0.17	0.18	
Epépinés, paq. 1 lb., choix	0.00	0.10		Pois Can. Early June	0.85	0.87½	Sardines can. ½ bte, cse		3.50	4.00	
Noix et Amandes.	Lb.			Pois Can. Ext. Fine Sifted	0.00	1.30	Sardines françaises, ½ btes		0.10½	0.31	
Amandes Tarragone	0.18½	0.20		Succotash	2 lbs.	0.97½	1.00	Sardines françaises, ¼ btes		0.22	0.50
Amandes Valence écalées	0.44	0.45		Tomates, 3 lbs., doz.	0.95	1.00	Sardines Norvège, ¼ bte		7.50	11.00	
Cerneaux	0.39	0.40		Tomates, gall.	2.90	2.92½	Sardines Norvège, ½ bte		17.00	18.00	
Avelines	0.13	0.14½		Truffes, ½ hoi	5.00	5.40	Sardines Royan à l'huile, ½		0.40	0.42	
Noix de Grenoble Mayette	0.18½	0.20		Conserves de fruits.				Sardines sans arêtes		0.23	0.24
Noix Marbot	0.15	0.16		Très bonne demande.				Saumon Labrador, 100 lbs.		0.00	8.50
Noix de Bordeaux écalées	0.34	0.36		Par doz., groupe No 1		No 2		Saumon Cohoes, Fraser			
Noix du Brésil	0.16	0.20		Ananas coupés en dés.				River, 1 lb.		0.00	1.40
Noix de coco râpées, à la lb.	0.21	0.22		Ananas importés	1½ lb.	0.00	2.25	Saumon rouge:			
Noix Pécan polies	0.16	0.17		Ananas entiers (Can.)	3 lb.	0.00	2.32½	Horse Shoe et Clover Leaf.			
Noix Pécan cassées	0.00	0.00		Ananas tranchés (Can.)	2 lb.	0.00	1.77½	boîte basse, ½ lb., doz.		1.37½	1.42½
Peanuts non rôties, Sun	0.00	0.08		Ananas râpés (emp. Can.)	2 lbs.	0.00	1.80	Horse Shoe et Clover Leaf.			
Peanuts non rôties, Bon Ton	0.00	0.11		Bljsets Standard	doz.	0.00	1.25	boîte basse, 1 lb., doz.		2.17½	2.22½
Peanuts non rôties, Coon	0.00	0.07		Cerises rouges sans noyau,	2 lbs.	1.92½	1.95	Saumon rouge Sockeye			
Peanuts rôties, Coon	0.08½	0.09		Fraises, sirop épais,	2 lbs.	0.00	2.40	(Rivers' Inlet), bte haute,			
Peanuts rôties, G.	0.09	0.09½		Framboises, sirop épais,	2 lbs.	2.37½	2.40	1 lb.	doz.	1.90	
Peanuts non rôties, G.	0.00	0.07½		Gadelles rouges, sirop épais,	2 lbs.	0.00	2.00	Saumon rouge du printemps,			
Peanuts rôties, Sun	0.10	0.11		Gadelles noires, sirop épais,	2 lbs.	0.00	2.02½	bte haute, 1 lb.	doz.	0.00	1.65
Peanuts rôties, Bon Ton	0.12½	0.13½		Groseilles, sirop épais,	2 lbs.	0.00	2.02½	Saumon Humpback, 1 lb.			
Pruneaux 30/40	0.00	0.15		Marinades can. 1 gal.	gal.	0.00	0.80	doz.	0.00	0.95	
Pruneaux 40/50	0.00	0.13		Olives, 1 gal.	gal.	1.27½	1.70	Truite des mers, 100 lbs.		0.00	6.25
Pruneaux 50/60	0.00	0.11½		Pêches jaunes	2 lbs.	0.00	1.42½	HARENGS DU LABRADOR			
Pruneaux 60/70	0.00	0.10½		Pêches	3 lbs.	0.00	1.90	Quarts			manquent
Pruneaux 70/80	0.00	0.09½		Poires (Bartlett)	2 lbs.	1.52½	1.55	½ quarts			manquent
Pruneaux 80/90	0.00	0.09		Poires	3 lbs.	2.02½	2.05	FROMAGES IMPORTES			
Pruneaux 90/10	0.00	0.08½		Pommes	3 lbs.	0.00	1.07½	Bonne demande.			
Fruits évaporés.	Lb.			Mûres, sirop épais	2 lbs.	0.00	1.02½	On cote le fromage de Gruyere:			
Abricots, boîte 25 lbs.	0.00	0.20		Pommes Standard	gal.	3.00	3.02½	Fromage entier de 20½ lbs. ou de 8			
Nectarines	0.00	0.11½		Prunes Damson, sirop épais,	2 lbs.	1.10	1.15	lbs., 28c à 30c la livre.			
Pêches, boîtes 25 lbs.	0.00	0.10½		Prunes Lombard, sirop épais,	2 lbs.	0.95	0.97½	En quantité moindre, 28c la livre			
Poires, boîte 25 lbs.	0.00	0.13		Prunes de Californie, 2½ lb.	0.00	2.74		Le fromage de Roquefort se vend de			
Pommes tranchées, évaporées, btes de 50 lbs.	0.09½	0.09½		Prunes Greengage, sirop épais	2 lbs.	1.07½	1.10	32c à 33c la lb. et le Limbourg, 24c la			
Pelures de fruits.	Lb.			Rhubarbe Preserved, 2 lbs.	0.00	1.52½		livre.			
Citron	0.10	0.11½		Cerises blanches	doz.	0.00	2.25	On cote encore:			
Citronnelle	0.15	0.16½		Cerises noires	doz.	0.00	2.40	Gorgonzola	lb.	0.25	
Orange	0.11	0.12½		Framboises	doz.	0.00	2.40	Edam	"	0.24	
CONSERVES ALIMENTAIRES				Mûres	doz.	0.00	2.40	PRODUITS CHIMIQUES ET			
Conserves de Légumes				Gadelles rouges	doz.	0.00	2.40	DROGUES			
Très bonne demande.				Conserves de poissons				Nous cotons:			
Nous cotons:				Très bonne demande.				Acide borique, brls de 336 lbs., lb.			
	No 1	No 2		Nous cotons:				Alun, barils de 336 lbs.			
Asperges (Pointes), 2 lbs.	2.05	3.00		Anchois à l'huile (suivant format)				Alun, barils de 112 lbs.			
Asperges entières can., 2 lbs.	0.00	2.25		Caviar	½ lb. doz.	5.15	5.25	Arcanson, lb.			
Asperges Californie, 2½ lbs.	0.00	3.35		Caviar	¼ lb. doz.	10.00	10.25	Blanc de France, brls de 336 lbs.			
Retteraves tranchées, 3 lbs.	0.00	1.32½		Crahes	1 lb. doz.	3.75	3.00	Boi- pêche, pqt de ½ lb.			
Blé d'Inde	2 lbs.	0.92½	0.95	Crevettes en saumure, 1 lb.	0.00	1.60		100 lbs.			
Blé d'Inde en épis	gal.	0.00	5.00	Crevettes sans saumure, 1 lb.	0.00	1.80		Borax en cristaux, brls de 336 lbs.			
Catsup, bte 2 lbs.	doz.	0.00	0.85					lbs.			
Catsup au gal.	doz.	0.00	5.00					Boules à mites			
Champignons hôtel, boîte	0.13½	0.14½						Camomille			

Cire blanche	lb.	0.40	0.45
Couperose, brls 370 lbs.	"	0.01	0.02
Crème de tartre	lb.	0.24	
Gélatine rouge en feuilles	"	0.60	
Gélatine blanche en feuilles	"	0.35	
Gélatine Knox en feuil., doz.		1.25	1.30
Gomme arabique	lb.	0.15	0.16
Houblon pressé, lb.	(manque)		
Lessive commune	doz.	0.35	
Lessive commune	grosse	3.75	
Paraffine pour cierges, lb.		0.10	0.12
Plâtre à terre, sac 100 lbs., sac		0.70	
Poudre insecticide	lb.	0.00	0.50
Résine blanche	"	0.03	0.04½
Résine G., suiv. quant.	"	0.02½	0.03½
Salpêtre en cristaux, brls 112 lbs.	lb.	0.05	0.06
Sel à Médecine		0.01	0.02
Sel d'Epsom sac 224 lb., "		0.01½	0.03
Soda à pâte, 112 lbs.		0.00	2.00
Soda à laver:			
Sacs		0.80	0.85
Soude caustique en mor. lb.		0.00	0.02½
Soufre en bâtons, brls 336 lbs.	lb.	0.01½	0.03
Soufre moulu sacs 112 lb.		1.65	1.70
Tourteaux de lin moulu, sac		1.60	1.70
Vitriol, brls		0.06½	0.07

BOUGIES, CIERGES ET HUILES DE SANCTUAIRE

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

PLATS EN BOIS

Nous cotons:			
Carrés de ½ lb., crate		0.00	0.45
Carrés de 1 lb., crate 500		0.00	0.90
Carrés de 2 lbs., crate 500		0.00	1.02½
Carrés de 3 lbs., crate		0.00	0.57½
Carrés de 5 lbs., crate		0.00	0.72½

CUVETTES EN BOIS

Nous cotons:			
Cuvette No 0, la doz.		10.50	
Cuvette No 1, la doz.		9.00	
Cuvette No 2, la doz.		7.50	
Cuvette No 3, la doz.		6.50	

BALAIS

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

EPINGLES A LINGE

Epingles ordinaires:			
Boîtes de 5 grosses, la bte		0.75	
Epingles à ressort:			
Boîtes de 2 grosses, la bte		0.90	

PAPIER D'EMBALLAGE

Papier Manille en rouleaux		0.03½	
Papier brun en rouleaux		0.03	

MECHES, BRULEURS ET VERRES DE LAMPES

Nous cotons:			
Mèches No 2	lb.	0.22	
Mèches No 2	"	0.15	
Mèches No 0	"	0.12	
Brûleurs No 2	doz.	0.85	
Brûleurs No 1	"	0.65	
Brûleurs No 0	"	0.65	

Brûleurs, dessus verre (A)	"	1.65	
Brûleurs, dessus verre (B)	"	1.00	
Cheminees (climax) No 2	"	0.65	
Cheminees (climax) No 1	"	0.45	
Cheminees (climax) No 0	"	0.45	
Cheminees (Bonanza) No 2	"	0.95	
Cheminees (Bonanza) No 1	"	0.75	

SAVON DE CASTILLE

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

GRAISSE A ROUES

On cote:			
Graisse impérial, en lots de grosse	doz.	0.57½	
Caisse de 4 doz.	"	0.00	
Graisse au mica.			
Boîtes de 1 lb. (par 3 doz.)			
doz.		0.90	0.95
Boîtes de 3 lbs. (par doz.)	doz.	2.25	

HUILE D'OLIVE

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

HUILE DE CASTOR

Nous cotons:			
Bouteilles de 1 oz.	Grosse.	3.60	0.35
Bouteilles de 2 oz.		5.00	0.45
Bouteilles de 3 oz.		6.00	0.55
Bouteilles de 4 oz.		7.25	0.65

HUILE DE FOIE DE MORUE

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

HUILE DE COTON

Nous cotons:			
Au baril		1.10	1.25

HUILE DE RICIN PHARMACEUTIQUE

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

VASELINE

Nous cotons:			
"Bleu Seal"			
Blanche No 1	grosse	10.00	
Blanche No 2	"	19.20	
Jaune No 1	"	6.72	
Jaune No 2	"	14.40	

BALAIS

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

HUILE DE PETROLE

Nous cotons:			
Pratt's Astral Oil	gol.	0.22	
Standard Acme	le gal.	0.17½	

GRAINS ET FARINES

Marché de Chicago

Futures cotations:

				Ferme-
		Haut.	Bas.	ture.
Blé—				
Mais—				
Mai	97½	92	90½	91½
Juillet	87¼	87¾	86¼	86¾
Mai	67½	68½	67½	67¾
Juillet	68¼	68¾	67½	67¾

Avoine—				
Mai	39	39	38	38¾
Juillet	39½	39½	38¾	38¾

Marché de Montréal Grains

Il y a toujours une bonne demande provenant de sources européennes pour le blé de printemps du Manitoba, pour expédition prochaine aussi bien que future. Le marché pour l'avoine est plus facile: No 2 C. W. 43½c à 44c; No 3 C. W. 42¾c à 43c; mais No 3 79c à 80c; mais No 3 jaune, 79c à 80c ex-magasin. Le ton du marché local est plus ferme avec une augmentation de la demande pour des lots de chars et des ventes de No 2 C. W., 43½c à 44c, No 3 C. W., 42¾c à 43c le minot, ex-magasin.

Marché de Montréal Farines

Le commerce des farines montre une plus grande demande des acheteurs étrangers pour les qualités de blé de printemps, et comme les offres de prix dans quelques cas étaient plus hauts, mais vu la force du marché au blé et la hausse des prix des meuniers qui n'étaient pas disposés à accepter toutes les offres, le volume des affaires n'a pas été bien grand. Il n'y a pas de grand changement dans la situation du marché local, mais la demande s'améliore et des ventes de premières patentes ont été faites à \$5.60; seconde à \$5.10 et strong bakers de \$4.60 à \$4.90 le baril en sacs. Dans la farine de blé d'hiver, le marché est très ferme avec des ventes de patentes de choix de \$5.25 à \$5.50; straight rollers de \$4.60 à \$4.90 le baril en barils, et les derniers en jute de \$2.20 à \$2.30 le sac.

Nous cotons:

Patentes du printemps:

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

Fortes à Boulanger:

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

Patentes d'Hiver:

Straight rollers	2 sacs	5.00
Hurona (à pâtisserie)	2 sacs	5.80
A do	2 sacs	5.30
Farine de blé-d'Inde blanc pour boulangers, 2 sacs		5.00
Farine de blé-d'Inde pour engrais	2 sacs	4.50

Farine d'avoine:

Avoine roulée, sac de 90 lbs.	2.32	
Avoine roulée, haril	4.90	
Issues de blé et avoine roulée		

La demande de toutes sources pour les issues de blé continue à être bonne, mais comme l'approvisionnement sur place est petit, le volume de nouvelles affaires est petit car les meuniers, dans la plupart des cas, ne font que des ventes par chars mélangés pour satisfaire les besoins du commerce local et de la campagne. Il n'y a pas de changement notable dans la condition du marché qui reste très ferme avec des ventes de son à \$23; shorts à \$25 et middlings à \$28 la tonne, y compris les sacs. De bonnes affaires se font dans les moules et les prix sont fermes de \$30 à

\$32 pour les qualités de pur grain, et de \$28 à \$29 pour les mélangées, la tonne. Dans l'avoine roulée, le marché est ferme avec une bonne demande et des ventes de lots de chars de \$4.15 à \$4.25 le baril en barils, et à \$2 le sac.

Nous cotons:

issues de blé:

Son Man., au char, tonne	23.00
Gru Man., au char, tonne	25.00
Middlings d'Ontario, au char, tonne	27.00 28.00
Moulée pure, au char	32.00 34.00
Moulée mélangée, au char	30.00 31.00

FOIN PRESSE ET FOURRAGE

Marché de Montréal

Foin pressé

Marché terne, sans demande ni changements dans les prix. Le foin No 1 se vend de \$16 à \$16.50; extra bon No 2 de \$15 à \$15.50 et le No 2 de \$13.50 à \$14 la tonne, en lots de chars, ex-voie.

Nous cotons:

Foin No 1, pour livraison immédiate	\$14.50	\$15.00
Très bon, No 2	13.50	14.00
No 2	11.50	12.00

la tonne, en lots de wagon ex-voie.

Marché facile. Demande médiocre, prix sans changement.

BEURRE

Marché anglais

MM. Mills et Sparrow nous écrivent de Londres à la date du 20 mars 1914:

Avec d'assez bons arrivages, il y a eu une bonne demande toute la semaine, quoique dans quelques cas les prix ont été plus faciles. Les importations totales ont été de 60,000 cwts, de plus qu'à la même période l'an dernier, aussi il y a eu un peu trop d'offres, ce qui a fait diminuer les prix. La température a été humide toute la semaine.

Danois. — Copenhague est 2 kroners plus bas.

Australien. — Il y a une bonne demande. Les beurres non salés maintiennent une bonne prime sur les salés. Généralement parlant, la qualité, cette semaine n'a pas montré une aussi bonne moyenne que les deux ou trois dernières semaines.

Les beurres de choix maintiennent leurs beurres de choix maintiennent leurs prix, mais les non salés maintiennent une prime de 3/- à 4/-.

Nouvelle-Zélande. — La demande pour cette variété est très désappointante et les forts arrivages font baisser les prix sur les salés.

Arrivages coloniaux cette semaine:

Beurre. — Vapeur "Orea", 23,000 boîtes Australien; "Zealandic", 30,400 boîtes Nouvelle-Zélande; "Tainui", 38,500 boîtes Nouvelle-Zélande; "Turakina", 3,600 boîtes Nouvelle-Zélande.

Fromage. — "Zealandic", 10,500 boîtes Nouvelle-Zélande; "Tainui", 14,000 caisses Nouvelle-Zélande; "Turakina", 17,000 caisses Nouvelle-Zélande.

Nous cotons:

Danois, haut choix	122/0 à 124/0
Sibérien, haut choix	108/0 à 110/0
Sibérien, bon choix	102/0 à 106/0
Victorien, haut choix, salé	110/0 à 112/0
Victorien, choix, salé	104/0 à 108/0
Victorien, haut choix, sans sel	114/0 à 116/0
Victorien, choix, sans sel	108/0 à 110/0
Australien, haut choix, salé	110/0 à 112/0
Australien, choix, salé	104/0 à 108/0
Australien, haut choix, sans sel	112/0 à 116/0
Australien, choix, sans sel	106/0 à 110/0
Queensland, haut choix, salé	108/0 à 110/0
Queensland, choix, salé	104/0 à 106/0
Queensland, haut choix, sans sel	112/0 à 114/0
Queensland, choix, sans sel	106/0 à 108/0
Nouvelle-Zélande	112/0 à 114/0
Argentine, haut choix, salé	108/0 à 110/0
Argentine, haut choix, sans sel	110/0 à 114/0

FROMAGE

Marché anglais

MM. Mills et Sparrow nous écrivent de Londres à la date du 20 mars 1914:

La demande a été un peu plus tranquille cette semaine et quelques vendeurs ont été plutôt un peu nerveux pour le gros approvisionnement actuellement en mains, et conséquemment les cotations sont plus basses dans la semaine. Les importations totales ont été de 74,000 cwts, de plus qu'à la même période l'an dernier.

Nous cotons:

Canadien, choix à haut choix, blanc	68/0 à 70/0
Canadien, choix à haut choix, coloré	70/0 à 71/0
Nouvelle-Zélande, haut choix, blanc	62/6 à 63/6
Nouvelle-Zélande, haut choix, coloré	65/0 à 65/6

Prix vendants aux épiciers

Fromage doux	17c
Fromage fort, blanc, à la meule au morceau	18c 19c
Fromage de Gruyère	27c à 28c
Fromage Oka	24c
Beurre, choix	31c
Beurre, choix, en bloc d'une livre	31½c
Oeufs strictement frais	24c
Oeufs frais en boîtes de carton d'une douzaine	26c

OEUFS

Il n'y a plus que des oeufs frais.

BEURRE

Marché de Montréal

Beurre de laiterie	24c à 25c
Beurre de laiterie en rouleaux	26c à 27c

PEAUX VERTES

Très bonne demande.

Boeuf inspecté No 1	14.50
Boeuf inspecté No 2	13.50
Boeuf inspecté No 3	12.50
Veau	15.00 17.00
Agneau, chaque	1.10

FRUITS VERTS ET LEGUMES.

Oignons, la lb.	0.00	0.05
Oignons, la cse		5.25
Raisin Magala		5.25
Betteraves, le sac		1.25
Carottes, le sac		1.40
Patates, le sac		1.00
Navets, le sac		0.90
Pommes, le baril		6.00
Oranges Mexicaines, la cse		2.50
Oranges Navels, la cse		2.75
Citrons, la cse		3.25
Pommes Baldwin, No 1		6.00
Pommes Baldwin, No 2		4.50
Pommes Greening No 1		5.50
Pommes Greening No 2		4.00
Pommes Spy No 1		6.00
Pommes Spy No 2		5.50
Atocas, le gallon		0.60

JOURNAL DE LA JEUNESSE. — Sommaire de la 2154^e livraison (14 mars 1914). — M. Tapinois, détective amateur, par J. Jacquin et A. Fabre. — La laine de chameau. — Eponges de cristal, par Marie Deniker. — Les cartes à jouer, par Edmond Renoir. — Le chauffage des wagons à marchandises. — Tante Claude, par Julie Borius. — A travers le Maroc français, par Louis Rousselet.

Abonnements—France: Un an, 20 fr.; Six mois, 10 fr. Union Postale: Un an, 22 fr.; Six mois, 11 fr.

Le numéro: 40 centimes.

Libraire Hachette et Cie, 79, boulevard St-Germain, Paris

LOI LACOMBE

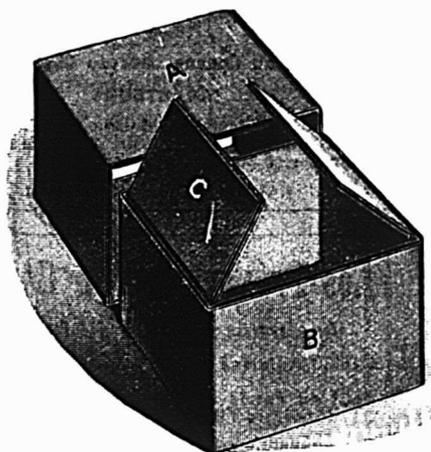
Déposants

Employeurs

J. B. Richer	W. H. Scroggie Co. Ltd.
Jos. Jasmin	P. J. Carlin
Albert Leora	W. A. Leora
Ovide Aumais	A. Amiot & Cie
J. P. Demers	L. Ouellette
Th. H. Dickson	
Mooney Biscuit & Candy Co. Ltd.	
Em. Gosselin	Evang. Hogue
Samuel Leigh	Wm. Frith
Arthur Seal	M. S. R. Co.
J. A. Lefebvre	M. Larys
La. St-Laurent	R. E. Jones

Table Alphabétique des Annonces

Assurance Mont-Royal.....	32	Davis S. & Sons Ltd.....	62	ons & Cie, H.....	2	Quebec Steamship.....	36
Barr Register Co.....	7	Da Costa.....	8	Lacaille, Gendreau & Cie..	16	Remington Arms.....	44
Baker & Co. (Walter).....	16	Desmarteau Alex.....	34	Laporte, Martin Limi- tée.....	Couvert	Rolland & Pils, J. B.....	34
Banque de Montréal.....	36	Dom. Cartridge Co.....	3	La Prévoyance.....	33	Renaud J. E.....	36
Banque d'Hochelaga.....	36	Dontigny Hector.....	34	La Sauvegarde.....	32		
Banque Nationale.....	36	Douglas J.M. & Co Couvert	55	Leslie & Co., A. C.....	40	Seagram, Jos. E.....	55
Banque Molson.....	36	Ecole Polytechnique.....	17	Liverpool & London & Globe	32	Sheldon School.....	17
Banque Provinciale.....	36	Eddy E. B. Co.....	10	Lufkin Rule Co.....	49	Stanley Rule & Level.....	48
Banwell Hoxie.....	49	Esluhart & Evans.....	32			St. Lawrence Sugar Co....	10
Barnett G. & H. & Co.....	48	Equitable (Cie d'assurance Incendie).....	33	Molson Breweries.....	Couvert	Sun Life of Canada.....	33
Bélanger & Bélanger.....	34	Ewing, S. H. & Sons.....	53	Martin C. E.....	34		
Bowser, S F. & Co.....	6	Fontaine Henri.....	34	Martin-Senour.....	44	Tanglefoot.....	19
British Colonial Fire Ass...	33	Fortier Joseph.....	34	Mathieu (Cie J. L.).....	14	Taylor Forbes Co. Ltd.....	45
Brodie & Harvie.....	17	Gagnon, P.-A.....	34	Matthews-Blackwell Ltd...	5	Thompson & Norris Co....	31
Brandram-Henderson.....	40	Garand, Terroux & Cie....	34	Maxwell & Sons (David) ..	40	Tippet & Co., A. P.....	7
Canadian Consolidated		Gillett Co. Ltd., [R. W.]	18	McArthur, A.....	40	Tuckett [The G. E. & Son Co].....	53
Rubber Co.....	47	Gonthier & Midgley.....	34	Metropolitan Life Ins. Co..	32	Théâtre National Français.	34
Canada Life Assurance Co..	33	Goodhugh W. S. & Co.....	15	McGill Cutlery Co.....	48		
Canada Starch Co.....	4	Grand Trunk Railway ..	46	Montbriand, L. R.....	34		
Can. Fairbanks Morse Co..	49	Gunn, Langlois & Cie.....	12	Montreal-Canada Ass. Co..	32		
Canadian Salt Co.....	7	Greening Wire Co.....	42	Mott, John P. & Co.....	16		
Cane Wm. & Sons Co. Ltd..	5	Genin, Trudeau & Cie.....	62			United Shoe Machinery Co. Ltd.....	13
Church & Dwight.....	12			Nova Scotia Steel Co.....	14	United-States Steel Co.	49
Cie d'Assurance Mutuelle du Commerce.....	33	Hiram Walkers Co.....	Insert	Nicholson File.....	46		
Clark, Wm.....	16	Hamilton Cotton Co.....	14	National Breweries.....	50	Western Ass. Co.....	32
Connors Bros.....	18	Houde J. B. Co.....	64	Nugget Polish Co. Ltd....	9	Wilks & Burnett.....	34
Cottam Bart.....	34	Hébert L. H. & Cie.....	39			Wiser J. P. & Sons Ltd....	53
Canada Cement Co., Ltd...	35	Heinz Co.....	15	Prêt Immobilier Limitée... 16		Wilson L. A. & Cie.	53
Couillard Auguste.....	34	Imperial Tobacco Co.....	insert	Prévoyants du Canada,(Les)	32		
Canadian Poster Co.....	11			Paterson Mfg Co.....	46		
Can. Shredded Wheat Co..	15						



Montée

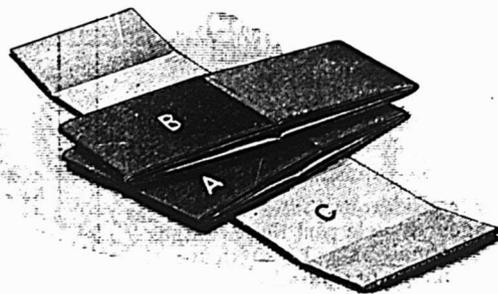
Modèle 75 de Boîte Cellulaire pour Express et Frêt

Plus légère qu'une boîte en bois léger.

Pensez, M. le Marchand en gros, M. le Marchand de conserves, M. l'Expéditeur de conserves, quelle économie d'espace dans votre rayon d'expédition vous pouvez effectuer par l'usage des Boîtes Cellulaires, pour Express et Frêt, de Thompson & Norris. Remarquez la différence entre l'espace occupé par la boîte "montée" et celle "démontée". C'est là une boîte qui répond à tous les besoins, une boîte qui résistera à n'importe quelle brutalité pendant le transport. Les Boîtes T & N. sont plus commodes pour l'emballage et pèsent moitié moins qu'une boîte de la même grandeur, en bois. Nous vous enverrons, sur demande, des détails complémentaires de notre proposition relative à l'expédition. L'illustration ne montre qu'un de nos nombreux genres. Nous vous fournirons le modèle qui convient le mieux à vos besoins. Faites-nous connaître ce qu'il vous faut. Ecrivez pour avoir notre catalogue illustré.

The Thompson & Norris Co.
of Canada, Limited.

Niagara Falls, Ontario. Brooklyn, N.-Y. Boston, Mas.
Brookville, Ind. Londres, Ang. Jülich, Allem.



Démontée



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

METROPOLITAN

Life Assurance Co'y

:-: of New-York :-:

(Compagnie à Fonds Social)

Assurance en force..... \$2,816,504,462
 Polices en vigueur au 31 décembre 1913 13,957,742.
 En 1913, la compagnie a émis au Canada des polices pour..... \$511,223,886.00
 Elle a déposé entre les mains du Gouvernement Canadien et de fidèles canadiens, exclusivement pour les Canadiens, environ \$16,000,000.

Il y a plus de \$22,000 Canadiens assurés dans la METROPOLITAN.

WESTERN ASSURANCE CO.

INCORPORÉE EN 1881

ACTIF, au-delà de \$3,284,179.93

Bureau Principal: TORONTO, Ont.

Hon. GEO. A. COX, Président.

W. R. BROCK, Vice-Président.

W. B. MEHLE, Gérant-Général.

C. C. FOSTER, Secrétaire.

Agence de Montréal:

61 RUE ST-PIERRE.

ROBT. BICKERDIKE, Gérant

L'ASSURANCE MONT-ROYAL

(Compagnie Indépendante (Incendie))

Bureaux: 74 rue Notre-Dame Ouest
Côté St-François-Xavier, MONTREAL

RÔDOLPHE FORGET, Président.

J. E. CLEMENT, Jr. Gérant-Général.

ESINHART & EVANS

Courtiers d'Assurance

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

Agents principaux pour :

The Scottish Union & National Ins. Co.
d'Edimbourg.German American Insurance Co.
de New-York.

Nous considérons toutes commandes
 d'agences de la part de personnes
 responsables. L'expérience
 n'est pas absolument
 indispensable.

Bureau: EDIFICE LAKE of the WOODS

39 rue St-Sacrement,

TELEPHONE MAIN 553 MONTREAL

Assurances

EMPRUNTS SUR POLICES.

Bien qu'il soit admis que le privilège de l'emprunt est d'une grande utilité aux porteurs de police dans les cas d'urgence, on admettra que c'est un grand malheur, surtout pour les bénéficiaires, d'hypothéquer une police d'assurance sur la vie, et que l'on y doit recourir que dans les cas extrêmes. Dans ce cas, il est du devoir des agents qui créent l'assurance de décourager cette pratique autant que possible. Une étude de la question a convaincu la "Fidelity Mutual" qu'un grand nombre d'assurés n'eussent pas contracté d'emprunts si la chose ne leur avait pas été suggérée par quelqu'un. Les agents devraient surtout se faire un devoir de ne pas indiquer à l'assuré le maximum de l'emprunt qu'il peut faire. Si l'assuré peut se tirer d'affaires avec \$200, c'est une erreur de lui indiquer le moyen d'emprunter \$500.

PERMIS RETIRE

Le Département des Assurances annonce que le permis de la Rimouski Fire Insurance Company, de Rimouski, Qué., a été annulé. Durant l'année 1913, à la suite de plusieurs transactions malheureuses qui ont abouti en de fortes pertes, l'actif de la compagnie est descendu au-dessous du montant requis par la Loi des Assurances et le Département s'est vu, en conséquence, dans l'obligation de lui retirer son permis.

LES COMPAGNIES D'ASSURANCE-VIE

Il y a d'excellentes compagnies d'assurance-vie canadiennes, et de fort mauvaises. Telle, dans cette dernière catégorie, l'"Union Life", en faillite depuis plusieurs mois et qui a fait perdre des sommes d'argent considérables à des capitalistes canadiens et anglais, en mé-

COMPAGNIE MONTREAL-CANADA

D'ASSURANCE CONTRE L'INCENDIE

Fondée en 1859

Téléphone Bell Main 5381

Actif	\$557,885.95
Réserve	\$193,071.19
Autres Valeurs	
passive	20, 8

\$213,759.19

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

Bureau - Chef :

EDIFICE OULUTH,

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

MONTREAL.

L. A. Lavalée, Président
Ford. Pagé, Gérant Provincial

ASSUREZ-VOUS

DANS

LA SAUVEGARDE

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

Siège Social : Angle des rues Notre-Dame et St-Vincent.
 MONTREAL



Succursale au Canada, Bureau Chef à Montréal

DIRECTEURS

M. Chevallier, Ecr.: Wm Molson Macpherson, Ecr.
 T. J. Drummond, Ecr.: Sir Alexandre Lacoste
 Sir Frederick William-Taylor.

J. Gardner Thompson, Gérant.

Les Prévoyants du Canada

Assurance Fonds de Pension

Capital Autorisé..... \$500,000.00

Actif du Fonds de Pension, le
31 décembre 1913\$423,745.41CHETEZ DES PARTS DES PREVOYANTS
DU CANADA

Parce que c'est un placement sans pareil
 Parce que c'est avec la plus petite prime
 la plus grosse rente ;
 Parce que c'est la seule Compagnie à
 "Fonds Social" faisant une spécialité du
 Fonds de Pension.
 Total de l'actif du Fonds de Pension
 seulement : \$423,745.31.

Bureau à Montréal

Chambre 22,
Edifio "La Patrie"

Bureau - Chef

126 rue St-Pierre,
Edifio Dominion,

QUEBEC.

LA COMPAGNIE

EQUITABLE

**D'Assurance Mutue le
Contre le Feu.**

**180 Rue ST - JACQUES,
MONTREAL.**

Les nouvelles affaires ont augmenté de 30% dans les premiers six mois de l'année et la Compagnie n'a aucune perte contestée.

Certifié correct

C. A. SYLVESTRE,

Auditeur Licencié.

Montréal, 1er Juillet 1913.

L'Equitable" couvre toutes ses obligations sans discussion inutile ou coûteuse pour les Réclamants. . . .

me temps qu'elle mettait dans une fautive situation les porteurs de polices dans cette compagnie. C'est pour empêcher, autant que possible, une répétition de ce désastre financier que M. White saisissait la semaine dernière la Chambre d'amendements à la loi fédérale des assurances. La portée de ces amendements est importante. Ils confèrent au ministre des finances, duquel relèvent les compagnies d'assurance-vie et d'assurance-feu canadiennes avec charte fédérale, de plus grands pouvoirs, quant à la surveillance effective qu'il peut exercer sur ces associations. Il arrive assez souvent qu'elles placent des capitaux, provenant de l'accumulation des primes versées par les assurés, dans des compagnies identiques, ce qui sera désormais interdit. Les compagnies qui ont fait de tels placements devront par la suite ne plus en faire de semblables. De même aussi, le ministère des finances aura plein pouvoir de surveiller les dépenses de ces compagnies et de limiter les prêts et placements qu'elles font de leur argent en obligations dont le remboursement du capital n'est pas garanti. Une autre clause permet aux liquidateurs des associations d'assurance-vie en déconfiture de réassurer les polices des détenteurs dans des compagnies solvables, à des conditions jugées satisfaisantes par le ministère des finances.

**SIX FAITS DU
67ème RAPPORT ANNUEL
DE LA
CANADA LIFE
INSURANCE COMPANY**

Un des faits importants, c'est que la Compagnie, en 1913, surpasse le record de toutes les années précédentes de son histoire.

1. — **L'AUGMENTATION DU SURPLUS** en 1913 était de \$17,299,966, excédant le surplus de 1912, d'au-delà de \$179,000 et excédant de beaucoup le surplus des années précédentes. Le surplus net à la fin est de 6,183,278 39.

2. — **LE REVENU** de 18,094,885.70 excède d'une somme de 1648,2596 celui de l'an dernier. C'est le plus gros revenu dans l'histoire de la Compagnie. L'augmentation du taux d'intérêt, qui a toujours fait des progrès depuis 1890, montre encore une amélioration en 1913. C'est un important facteur à l'augmentation du surplus.

3. — **L'ACTIF** fut augmenté de \$3,860,271.32 et s'élève maintenant à \$51,161,704 81.

4. — **LE TOTAL DES ASSURANCES** maintenant en force s'élève à \$133,121,363.94, augmentation d'au-delà de \$8,273,000 de l'année.

5. — **LES PAIEMENTS AUX PORTEURS DE POLICES**, en 1913, s'élevèrent à \$2,780,016 11, une augmentation de \$415,053.31 sur 1912. En plus de cela nous avons fait des **PRETS AUX PORTEURS DE POLICES** sur garantie de leur police d'assurance, au montant de \$ 6,228 71.

6. — **LA MORTALITE** de l'année nous fut encore plus favorable que nous ne l'espérions, et ceci, avec le **FAIBLE POURCENTAGE CONTINU DES DEPENSES**, contribua à faire un surplus record.

**La Compagnie d'Assurance
MUTUELLE DU COMMERCE
Contre l'Incendie**

Actif excédant \$550,000.00

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

Sun Life of Canada

Actif \$ 55,726,347 32
Assurances en vigueur.... 202,363,956.00

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

**RESPONSABILITE PATRONALE
La Prevoyance**

Capital \$500,000.00

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

ASSURANCE D'AUTOMOBILES

Bureau Chef :
160 rue St-Jacques, Montréal
Tel. Bell : Main 1626

BRITISH COLONIAL

FIRE INSURANCE COMPANY

EDIFICE ROYAL, 2 PLACE D'ARMES, MONTREAL.

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

Agents demandés pour les districts non représentés.

TEL. BELL, MAIN 1859

BELANGER & BELANGER

Notaires, Comptables et Commissaires

TRUST & LOAN BUILDING.

No 30 rue St-Jacques, MONTREAL

Argent à Prêter à 4, 5 et 6%

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

Maison Fondée en 1870

AUGUSTE COUILLARD

IMPORTATEUR DE

Ferrermerie et Quincallerie, Verres à Vitres, Peintures, Etc.

Spécialité: Poêles de toutes sortes

Nos. 223 & 229 rue St-Paul

Ventes 12 et 14 St-Amable, MONTREAL

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

ALEX. DESMARTEAU

Comptable, Auditeur

SPÉCIALITÉ: — Liquidation de Faillites, Compromis Effectués.

54, 60 RUE NOTRE-DANE EST

MONTREAL

Hotel St-MauriceHOTEL DES VOYAGEURS
Heotor Dontigny, Prop.

Chambres de première classe et Salles d'Echantillons

GRAND'MERE, P. Q.**C. E. MARTIN**Comptable, Liquidateur
et Auditeur

211 EDIFICE MCGILL

MONTREAL

Tel. Main 5126.

NEW VICTORIA HOTELH. FONTAINE, PROPRIETAIRE
QUEBEC

L'Hotel des commis-voyageurs.

Plan Américain. Taux, à partir de \$2.50

JOSEPH FORTIER

Fabricant-Papetier

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

210 rue Notre-Dame Ouest,
(Angle de la rue St-Pierre). MONTREAL.**Ventes par les Shérifs****District d'Arthabaska**

—John Frawley vs les héritiers de feu Etienne Cantin.

1° Un immeuble formant partie du No. p. 145 du canton de Warwick, avec circonstances et dépendances.

2° Un autre immeuble désigné sous le No. p. 144 du cadastre du canton de Warwick et les bâtisses y érigées.

Vente à la porte de l'église de Saint-Médard de Warwick, le 8 avril 1914. à 9 heures a.m.

—Mlle Auxile alias Thérille Perrault vs Georges Perrault.

1° Un emplacement formant partie des lots No. 11 du canton de Kingsey, 6e rang, avec les bâtisses.

2° Un terrain désigné comme la moitié du lot No. 9a du 5e rang du canton de Kingsey.

Vente à la porte de l'église de Saint-Félix de Kingsey, le 8 avril 1914. à 1 heure p.m.

District de Montréal

—Trefflé Surprenant vs Dame Aurélie Chedeleur.

Un terrain sur le rang de la Rabastière, paroisse de Saint-Bruno, connu sous le No. 177 de la dite paroisse.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de Saint-Bruno, le 9 avril 1914, à 11 heures a.m.

—Joachim Petit dit Lalumière et al. vs Amable Messier.

Un immeuble situé dans la paroisse de Boucherville, au 5e rang, et désigné sous le No. 201, avec bâtisses dessus érigées.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de Boucherville, le 9 avril 1914, à 11 heures a.m.

—Le Crédit Foncier Franco-Canadien vs Lucien et Raoul Lacroix.

Un immeuble situé coin des rues Logan et Iberville, portant les Nos. 48 et 49 de la subdivision du lot 1363-48-49 du quartier Ste-Marie, avec bâtisses dessus construites et leurs dépendances.

Vente au bureau du shérif de Montréal, le 9 avril 1914. à 3 heures p.m.

—J.-Bte Jodoin vs Alfred Laporte.

1° Un terrain situé dans le quartier Mont-Royal, No. 167 de la subdivision du lot 28 du village de la Côte des Neiges, sans bâtisses.

2° Un terrain situé dans le quartier Mont-Royal, désigné sous le No. 168 de la subdivision 28 de la même paroisse, sans bâtisses.

Vente au bureau du shérif de Montréal, le 11 avril 1914. à 10 heures a.m.

—Les Commissaires d'Ecoles de la Municipalité Scolaire de St-Joseph de Bordeaux vs Alfred Gagnon.

Un terrain dans le quartier de Bordeaux portant le No. 185 de la subdivision du lot 291 de la paroisse du Sault-au-Récollet.

Vente au bureau du shérif de Montréal, le 9 avril 1914. à 11 heures a.m.

—W. A. Handfield et al. vs R. Prieur.

Un lot de terre connu sous le No. 91 de la paroisse de la Pointe-au-Tremblé, avec bâtisses y érigées.

Vente au bureau du shérif de Montréal, le 9 avril 1914. à 10 heures a.m.

District de Roberval

—Thomas Louis Collard vs Joseph Côté.

GEO. GONTHIER
Licencié Institut
ComptableH. E. MIDGLEY
Comptable-Incorporé**GONTHIER & MIDGLEY**

Comptables & Auditeurs

103 RUE ST-FRS-XAVIER.

Téléphone
Ma n 2701-519Adresse télégraphique
"Gontley"**P. A. GAGNON**

Comptable Licencié

(Chartered Accountant)

Chambre 315, 316, 317

Edifice Banque Québec.

11 Place d'Armes, MONTREAL.

Téléphone Bell Main 4912

GARAND, TERROUX & CIE

BANQUIERS ET COURTIERS

48 rue Notre-Dame Ouest

MONTREAL

L. R. MONTBRIAND

Architecte et Mesureur,

230 Rue St-André

Montréal

La Perle des ENCREs MAURINS.**L'AZULINE**—Encre fixe bleu—Noir, ne subissant jamais de décoloration.**LA SYRIENNE**—Encre à copier. D'une belle nuance violette en écrivant et devenant ensuite très noire. Cette encre copie plus de six mois après l'écriture.**LA PERSANE**—Instantanément noire et brillante. Spéciale pour la comptabilité.**LA PURPURINE**—Nouveau Carmin, d'une nuance pourpre très vive, ne subit jamais d'altération.

Toutes ces Encre sont d'une supériorité reconnue, pour la fluidité, l'intensité et les prix relativement de "Bon Marché".

Demandez-les à votre Libraire

La Compagnie J.-B. Rolland & Fils

MONTREAL

Sous Agents pour le Canada

Théâtre National Français

Semaine du 6 Avril 1914

Semaine des Elections

C'EST PAS VRAI !!

Grande revue d'actualités

22 — Artistes en Scène — 22

Arthur W. Wilks.

Alexander Burnett

WILKS & BURNETT

Comptables, Auditeurs, Commissaires pour toutes les Provinces.

Règlement d'affaires de Faillites

602 Bâtisse Banque des Marchands

Téléphone Bell Main 5500

MONTREAL.

Armand Le blanc & Cie.
Matériaux de Construction.

ST. ANNE QUE. 2 Avril 1914
doit à Perre Duquet

100	Sacs de ciment Canada		147	01
20	lba. de clous 2 1/2		17	
10	" " " 2		23	
5	" " " 4		15	
1	Godendard # 6		2	11
1	Garnise vitre 8x10			11
3	Fers-pout 5.T			17
6	po de pentures à trous de 1/2"			15
1	perceuse Yale # 568			11
2	Pelles carrées # 2		2	51
				11

Ciment Canada Vous fait vendre le reste de la facture.

Quand un client vient à votre magasin acheter du ciment pour une bâtisse en béton, vous savez qu'il a aussi besoin de certains autres articles pour pouvoir compléter cette construction. Il achètera tout naturellement ces articles en même temps qu'il achètera le ciment. La copie de facture ci-haut illustrée, est comme vous pouvez le constater, une liste de ce que vous pourriez vendre à un client pour une construction ordinaire.

Pour faire un tel commerce, il vous faudra donc vendre la marque de ciment qui lui donnera la plus grande satisfaction.

CANADA Portland CEMENT

est manufacturé dans douze grands moulins situés de manière à pouvoir répondre promptement aux demandes de toutes les parties du Canada, et à des prix minimum. En produisant d'aussi grandes quantités chaque année, il est non seulement possible, mais il faut dans l'intérêt d'une manufacture avoir à son service un personnel bien stylé, afin de surveiller tous les détails depuis l'entrée au moulin de la matière première, jusqu'à sa livraison aux clients.

Le meilleur moyen pour vous d'être en position de faire un tel commerce, est d'écrire dès maintenant, aux Bureaux de

Canada Cement Company Limited



922 Edifice Herald,

MONTREAL.

Bureaux de ventes à
Montréal,
Toronto,
Winnipeg,
Calgary.

BANQUE DE MONTREAL

ETABLIE EN 1817

Capital Payé \$16,000,000.00
 Réserve 16,000,000.00
 Profit non partagés 1,046,217.80

SIÈGE-SOCIAL, - MONTREAL

Bureau des Directeurs.—H. V. Meredith, Ecr., Président R. P. Angus, E. B. Greenshields, Sir William MacDonald, Hon Robt Mackay, Sir Thos. Shaughnessy, K C V O., David Morrice, C. R. Hosmer A. Baumgarten, C. B. Gordon, H. K. Drummond, D. Forbes Angus & Wm. McMaster,

Sir Frederick Williams-Taylor, Gérant-Général, A. D. Braithwaite, Assistant Gérant-Général.

Succursales dans toutes les principales cités et villes du Canada et en Angleterre, les Etats-Unis d'Amérique, Terre-Neuve et Mexique

Soix Succursales dans la ville de Montréal.

Département d'Épargne dans toutes les Succursales du Canada.

LA BANQUE NATIONALE

FONDEE EN 1860.

Capital \$2,000,000
 Réserve 1,550,000

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

Notre bureau de Paris,

14 RUE AUBER,

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

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

Main 2674

J. E. RENAUD

Courtier en Douane

SUITE 45-46-47 55 ST. FR. XAVIER

QUEBEC STEAMSHIP CO., LIMITED.

(Exploitée par la Canada SS. Lines Limited)

ALLEZ AUX BERMUDES

Le Steamer "Bermudian," à double hélice, 10, 518 tonnes de déplacement, quittera New-York à 10 heures. a. m. les 8, 15, 22, 29 Avril Signaux sous-marins, télégraphie sans fil, orchestre.

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

ANTILLES

Le nouveau steamer "Guiana" et autres steamers quittent New-York à 2 hrs p m., le 10, 24 Avril, 5, 15 Mai pour St-Thomas, Ste-Croix, St-Christophe Antigua, la Guadeloupe, la Dominique, la Martinique, Ste-Lucie, la Barbade, Demerara.

Pour renseignements complets, s'adresser à D. Olivier, agent des billets, 9 Square Victoria ; J. G. Brock & Co., 221 rue des Commissaires ; Thos. Gook & Son, 530 rue Sainte-Catherine Ouest ; W. H. Henry, 286 rue Saint-Jacques ; Houe & Rivet, 9 Boulevard Saint-Laurent ; W. H. Clancy, 122 rue Saint-Jacques ; Succursale Nord du "Star," 45 Union Avenue, Montréal.

LA BANQUE PROVINCIALE DU CANADA

SIÈGE CENTRAL : 7 & 9, Place d'Armes, MONTREAL, Canada

CAPITAL AUTORISÉ \$2,000,000.00 CAPITAL PAYÉ \$1,000,000.00
 ÉSERVE ET SURPLUS \$637,873.49 (au 31 Déc. 1913)

CONSEIL D'ADMINISTRATION :

Président : M. H. LAPORTE, De la maison Laporte, Martin, Limitée, Administrateur.

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

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

Hon. L. BEAUBIEN, Ex-Ministre de l'Agriculture, P. Q.

M. G. M. BOSWORTH, Vice-Président "Canadian Pacific Railway Co."

M. ALPHONSE RACINE, De la maison de gros "Aphonsé Racine Ltée."

M. L. J. O. BEAUCHEMIN, De la Librairie Beauchemin Ltée.

BUREAU DE CONTROLE

(Commissaires-Censeurs)

Président : Hon. Sir ALEX. LACOSTE, C. R., Ex-Juge en Chef de la Cour du Banc du Roi.

Vice-Président : Docteur E. P. LACHAPPELLE, Administrateur du Crédit Foncier Franco-Canadien.

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

BUREAU CHEF

Directeur Gérant Général : M. TANCREDE BIENVENU

M. J. W. L. FORGET, Inspecteur M. ALEX. BOYER, Secrétaire

63 SUCCURSALES DANS LES PROVINCES DE QUÉBEC, D'ONTARIO ET DU NOUVEAU BRUNSWICK.

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

LA BANQUE MÔLSON

INCORPORÉE EN 1855

Bureau Principal, MONTREAL.

CAPITAL PAYÉ
 FONDS DE RÉSERVE

\$4,000,000
 & 800,000

E. O. PRATT Gérant-Général
 SUCCURSALES DANS LA PROVINCE DE QUÉBEC

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

80 Succursales dans tout le Canada.

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

BANQUE D'HOCHELAGA 1874-1913

Capital autorisé \$4,000,000. Réserve 3,625,000 Total de l'Actif au-delà de \$30,000,000 Capital payé \$4,000,000

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

BUREAUX DE QUARTIERS

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

SUCCURSALES

Berthelville, P. Q.	Maxville, Ont.	St-Hyacinthe, P. Q.
Castellville, P. Q.	Mont-Laurier, P. Q.	St-Jacques l'Achigan
Edmonton, Alta	Prince Albert, Sack.	St-Jacques l'Assigan, P. Q.
Fondriès, Ont.	Québec, P. Q.	St-Jerome, P. Q.
Hawkesbury, Ont.	St-Roch de Québec, P. Q.	St-Lambert, P. Q.
Joliette, P. Q.	Sorel, P. Q.	St-Pierre Man.
Lachine, P. Q.	Sherbrooke, P. Q.	St-Valérien de
Laprairie, P. Q.	St. Albert, Alta.	Shefford, P. Q.
L'Assomption, P. Q.	St-Geneviève de	Trois-Rivières, P. Q.
Longueuil, P. Q.	Pierrefonds, P. Q.	Vallée-Field, P. Q.
Louiseville, P. Q.	St-Boniface, Man.	Vankleek Hill, Ont.
		Winnipeg, Man.

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

Finances

REVUE DE LA SEMAINE.

LE BILAN DE LA FAIRBANKS-MORSE

L'assemblée générale annuelle des actionnaires de la Canadian Fairbanks-Morse Company a eu lieu la semaine dernière.

D'après le rapport soumis aux actionnaires, les profits nets de l'année se chiffrent à \$224,792, ce qui est une diminution de \$161,501, sur celles de l'année précédente.

Les recettes nettes de l'année, déduction faite des dépenses nécessaires, équivalent à 8.42 pour cent du capital de la compagnie, qui est de \$1,600,000 pour les actions ordinaires.

Le total de l'actif de la compagnie au 31 décembre dernier était de \$5,300,576; tandis que le passif se chiffrait à \$1,483,494.

Après l'exposé de la situation financière de la compagnie, le président, M. H. J. Fuller, fit les quelques remarques suivantes:

"Les conditions actuelles à travers le Canada sont loin de ressembler à celles de l'année 1912. Le chiffre d'affaires que nous avons effectués en 1912 a été le plus fort que nous puissions désirer, et pour nous en tenir à ce chiffre en 1913, il nous a fallu faire des dépenses extraordinaires."

La situation du Canada a été un peu dépréciée par la hausse excessive de l'immeuble, mais il ne fait pas de doute que, avec le cours que prennent actuellement les événements dans le monde financier, le pays reviendra à sa prospérité de 1912, et que notre compagnie profitera comme les autres institutions de cette nouvelle ère de prospérité.

Les directeurs ont été réélus comme suit: MM. Henry J. Fuller, président; Thos. McMillan et P. C. Brook, vice-présidents; E. R. Whitehead, trésorier; C. H. Morse, Sr., C. H. Morse, Jr., W. E. Miller et H. C. McClary, membres du bureau de direction.

CANADA CAR.

La compagnie sera peut-être obligée de fermer l'usine des wagons de fret.

Le Canada Car & Foundry Co. cherche en vain des commandes: le Pacifique a ses usines et le Grand Tronc, aussi bien que le Canadien Nord ne sont pas en situation de commander du matériel. C'est pourquoi les usines pour la fabrication des wagons à fret ne travaillent que la moitié du temps. Il reste à peine des commandes pour maintenir les choses en l'état pendant deux mois. L'usine pour la fabrication des wagons à voyageurs travaille en plein et a du travail pour six et sept mois.

On sait qu'en fermant ses usines pour quelques semaines au premier de l'an, la compagnie avait exprimé l'espoir d'une prochaine reprise des affaires.

Malheureusement, les faits n'ont pas donné raison aux dirigeants de cette grande entreprise industrielle. Les com-

pagnies similaires aux Etats-Unis font encore moins qu'elle.

A moins que les commandes n'arrivent très prochainement, l'usine des wagons à fret sera fermée en mai.

Les compensations.

Les compensations des banques de Montréal, pour le mois de mars, ont atteint le chiffre de \$212,186,053, soit une augmentation de \$4,329,320 sur les chiffres de la période correspondante de l'année dernière.

Le total des compensations pour le premier trimestre de l'année est de \$646,594,002, ce qui représente une diminution d'environ \$20,000,000 ou 3 pour cent sur le total du même trimestre de l'année dernière.

Le rapport de Toronto pour le mois accuse une diminution de \$3,434,985 et le total des trois mois une diminution de \$14,000,000 environ.

La diminution à Winnipeg pour le mois de mars a été de près de \$11,000,000.

Le tableau suivant indique le résultat des trois premiers mois comparé à celui des trois mois correspondants de l'année précédente:

	1914	1913
Montréal	\$646,594,002	\$666,497,234
Toronto	517,595,068	531,966,432
Winnipeg	290,150,068	343,053,705

NOVA SCOTIA STEEL

La semaine dernière a eu lieu à New-Glasgow l'assemblée générale annuelle du Nova Scotia Steel & Coal Co. M. R. E. Harris, C. R., président de la compagnie, a fait suivre la lecture du bilan de remarques empreintes d'un optimisme. Le bureau et le conseil d'administration ont été réélus. Le nombre des membres du conseil d'administration a été réduit de quinze à quatorze, c'est pourquoi il ne fut pas désigné de successeur à l'honorable J. S. Pitts, de Terrebonne. Le nombre des actionnaires n'était pas important et l'assemblée n'a été marquée par aucun incident.

DECLARATION DE DIVIDENDES

Canada Car. — Dividende trimestriel régulier de 1 1/4 pour cent sur les actions privilégiées, payable le 25 avril aux actionnaires enregistrés avant le 31 mars.

Nova Scotia Steel & Coal Co. — Dividendes trimestriels réguliers de 2 pour cent sur les actions privilégiées et de 1 1/2 pour cent sur les actions ordinaires, payables le 15 avril aux actionnaires enregistrés avant le 31 mars.

* * *

Parque des Marchands — Dividende de 2 1/2 pour cent, payable le 1er mai aux actionnaires enregistrés avant le 15 avril.

INFORMATIONS FINANCIERES

Actions Ordinaires et Actions Privilégiées	Capital payé	Réserve	Pair des Actions	Taux du dernier Dividende	Dernière cote	
					Au 25 mars	Au 1er avril
BANQUES						
Banque de Montréal	\$16,000,000	\$16,000,000	\$100.00	10%	240	239½
Banque de Québec	2,730,560	1,306,962	100.00	7%	120
Banque de la Nouvelle-Ecosse	5,997,550	10,886,570	100.00	14%	261	212
Banque de Toronto	5,000,000	6,000,000	100.00	11%
Banque Molson	4,000,000	4,800,000	100.00	11%
Banque Nationale	2,000,000	1,550,000	100.00	8%	199¾	199
Banque des Marchands du Canada	6,900,000	6,511,050	100.00	10%	133	133
Banque Provinciale	1,000,000	625,000	100.00	6%	188¾
Banque Union du Canada	5,000,000	3,400,000	100.00	8%
Banque Canadienne du Commerce	15,000,000	13,500,000	50.00	10%	144	143
Banque Royale du Canada	11,560,000	12,560,000	100.00	12%	209¾	209¾
Banque d'Hochelega	4,000,000	3,625,000	100.00	12%	224	224
Banque d'Ottawa	4,000,000	3,625,000	100.00	9%	154½	154½
Banque Impériale du Canada	4,000,000	4,750,000	100.00	12%	210	205
Bank of British North America	6,974,380	7,000,000	100.00	12%
.....	4,866,666	2,920,000	100.00	8%	140
CHEMINS DE FER						
Canadian Pacific Railway (Ordinaires)	180,000,000	146,283,497	100.00	10%	208¾	207¾
Duluth S.S. & A. Railway (Ordinaires)	12,000,000	100.00
do do do (Préférentielles)	10,000,000	100.00
Minn. St. Paul & Soo Railway (Ordinaires)	20,832,000	100.00	7%	127	126½
do do do (Préférentielles)	10,416,000	100.00	7%
TRAMWAYS ELECTRIQUES						
Detroit United Railway	12,500,000	21,887,000	100.00	6%	70¾	70¾
Duluth Superior Traction	3,500,000	2,500,000	100.00	5%
Halifax Electric Railway	1,400,000	600,000	100.00	7%
Havana Electric Railway (Ordinaires)	7,500,000	100.00
do do do (Préférentielles)	5,000,000	100.00	6%
Illinois Traction (Ordinaires)	9,564,000	100.00	66½	65
do do do (Préférentielles)	5,000,600	24,957,813	100.00	6%	92¾	92¾
Mexican Light & Power (Ordinaires)	13,585,000	100.00	4%	43
do do do (Préférentielles)	2,400,000	100.00	7%
Montreal Tramway	10,000,000	4,420,000	100.00	10%	210
Porto Rico Railway	3,000,000	2,941,500	100.00	65½
Quebec Railway, Light & Power	9,300,500	8,654,400	100.00	15	14¾
St. John Railway	800,000	100.00	6%
Brazilian	10,000,000	6,000,000	100.00	6%	80¾	81¾
Toledo Railway & Light	12,000,000	13,257,000	100.00
Toronto Railway	8,000,000	3,992,326	100.00	7%	139	138
Tri-City Railway & Light (Ordinaires)	9,000,000	100.00
do do do (Préférentielles)	2,825,000	8,068,000	100.00	6%
Twin City Rapid Transit (Ordinaires)	20,100,000	19,503,000	100.00	6%	105	105
do do do (Préférentielles)	3,000,000	100.00	7%
Winnipeg Electric Street Railway	6,000,000	5,578,000	100.00	10%	200	200
VALEURS INDUSTRIELLES						
Canadian Car & Foundry (Ordinaires)	3,500,000	100.00	8%	62½	60
do do do (Préférentielles)	5,000,000	3,500,000	100.00	7%
Canada Cement (Ordinaires)	13,500,000	100.00	30½	30½
do do do (Préférentielles)	10,500,000	5,000,000	100.00	7%	90½	90½
Canadian Converters	1,733,500	474,000	100.00	4%	38	38
Dominion Steel Co.	35,000,000	100.00	4%	31¾	32
Dominion Textile Co. (Ordinaires)	5,000,000	100.00	6%	81¼	81¼
do do do (Préférentielles)	1,859,030	3,040,275	100.00	7%	103
Lake of the Woods Milling Co. (Ordinaires)	2,100,000	100.00	8%	130	129
do do do (Préférentielles)	1,500,000	1,000,000	100.00	7%
Montreal Cottons Ltd (Ordinaires)	3,000,000	500,000	100.00	8%	55	55
do do do (Préférentielles)	7%	100	99½
Nova Scotia Steel & Coal (Ordinaires)	6,000,000	100.00	6%	74½	74
do do do (Préférentielles)	1,030,000	6,000,000	100.00	8%
Ogilvie Flour Mills Co. (Ordinaires)	2,500,000	100.00	8%	118	118
do do do (Préférentielles)	2,000,000	457,263	100.00	7%
Penmans, Limited (Ordinaires)	2,150,600	100.00	4%	52	52
do do do (Préférentielles)	1,075,000	2,000,000	5.00	6%	80
DIVERS						
Bell Telephone Co.	12,500,000	3,649,000	100.00	8%	150¾	147
Mackay Companies (Ordinaires)	50,000	100.00	5%	83	83
do do do (Préférentielles)	50,000,000	100.00	4%	67	68
Montreal Light, Heat & Power	17,000,000	10,107,000	100.00	10%	224¾	224
Montreal Telegraph	2,000,000	100,000	100.00	8%
Ottawa Light, Heat & Power Co.	1,511,500	730,000	100.00	10%	148¾
Richellen & Ontario Navigation Co.	3,132,000	1,123,573	100.00	8%	103¾	103¾
Shawinigan Water & Power Co.	7,000,000	5,000,000	100.00	6%	136	135½
MINES						
Crown Reserve	1,999,957	1.00	60%	1.84	1.79
International Coal Mining (Ordinaires)	500,000	100.00	7%
do do do (Préférentielles)	410,700	100.00	7%

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

EN GROS SEULEMENT.



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

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

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

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

L. H. HÉBERT & CIE., LIMITEE.

IMPORTATEURS

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

Une nouvelle particularité de la
Baratte "Favorite"
MAXWELL



et une qui l'a rendue populaire partout où elle est employée — est le

Levier courbé

Aucune autre baratte n'a ce levier. La poignée peut être ajustée au centre, à gauche ou à droite, là où on la désire, où elle est plus facile à manœuvrer. La structure est en léger acier rigide avec tourillons boulonnés, et le baril est du meilleur chêne importé avec cercles en aluminium. Se balance sur coussinets à billes et est exceptionnellement facile à manœuvrer et durable. Une baratte qui se vend d'une façon splendide.

Demander un catalogue illustré des lignes Maxwell (facile à vendre) "easy-to-push".

MAXWELL LIMITED

St. Mary's, Ont.

Tôles Galvanisées



"Queen's Head"!

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

CANADA

A. C. LESLIE & CO., LIMITED.

MONTREAL

Feutre et Papier

N'IMPORTE QUELLE QUANTITÉ

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

**Fabricants du Feutre Goudronné
"BLACK DIAMOND"**

Alex. McArthur & Co., Limited

82 RUE MCGILL, MONTREAL

Manufacture de Feutre pour Toitures: Rues du Havre et Logan
Moulin papier, Joliette, Qué.

EVERY BRUSH STROKE TELLS A STORY

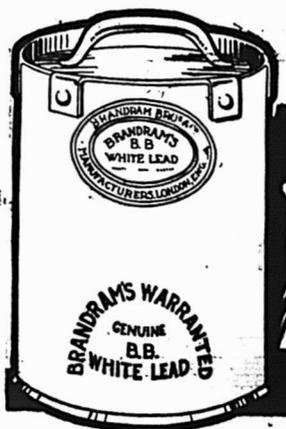
(CHAQUE COUP DE PINCEAU MONTRE SON TRAVAIL)

Comme de raison que tout produit qui augmente continuellement en faveur depuis 100 ans, doit être soutenu par son authenticité et son mérite indiscutable.

L'Authentique Blanc de Plomb B. B. Brandram

la marque étalon depuis un siècle, est reconnu aujourd'hui dans chaque quartier du Canada comme surpassant dans toute qualité essentielle toute autre marque de blanc de plomb qui soit offerte — et pour les meilleures raisons dont une, c'est qu'il a prouvé qu'il était d'un service moderne.

Très souvent il a été démontré que la peinture faite avec l'Authentique Blanc de Plomb B. B. Brandram dure au moins deux fois aussi longtemps que la peinture faite avec tout autre Blanc de Plomb, donc, à tous les points de vue, c'est le meilleur achat.



Vous pouvez avoir du blanc de plomb qui coûte moins cher de premier abord, que l'Authentique B. B. Brandram, mais c'est le plus dispendieux à la fin.

Lequel vous paie-t-il d'employer ?

BRANDRAM HENDERSON

Montreal

Halifax

St. John

Toronto

Winnipeg



Ferronnerie, Quincaillerie, Peinture Matériaux de Construction, Etc.

L'EXPANSION DES USAGES DU CIMENT

Tout le monde sait le rôle que le mortier et aussi le béton (qui très souvent n'est qu'un composé de pierrailles et de mortier) jouent dans les constructions modernes. Or, déjà depuis quelque temps, l'on a appris à actionner mécaniquement, à l'aide du moteur à vapeur installé sur le chantier, ou grâce à un moteur tonnant, le malaxeur destiné à préparer le mortier et aussi le béton, à en mélanger les ingrédients; si bien que l'on supprime le travail très fatigant du gâcheur, et que l'on peut préparer avec une rapidité extrême des quantités formidables de ce mortier ou de ce béton. L'application est d'autant plus intéressante, que le béton tient une place énorme dans la construction moderne, notamment pour des édifices de toutes sortes que l'on élève à notre époque en béton armé, béton dans la masse duquel on loge des tiges métalliques.

Nous pouvons mettre sous les yeux du lecteur des photographies tout à fait typiques à cet égard. Elles ont d'ailleurs été prises dans un pays qui ne peut pas être considéré encore comme à la tête des nations industrielles, pays où la main-d'oeuvre coûte le plus ordinairement bon marché, et où les vieilles traditions dominant presque toujours. Il s'agit du Mexique. Le travail qui a été photographié est en effet la confection ou, si l'on veut, l'édification d'un réservoir d'eau en béton armé et de murailles de même nature, pour le nouveau service des eaux alimentant la ville de Mexico. Au fond de l'excavation creusée dans le sol, on a placé tout un enchevêtrement de tiges métalliques, formant l'armature du plafond, du plancher de la construction. Au-dessus de l'excavation se trouve une passerelle où l'on a monté un malaxeur à béton, commandé par une petite machine à vapeur. A ce malaxeur à béton, on apporte tous les ingrédients indispensables et notamment de l'eau; il est mis en rotation de façon rapide, et il arrive à préparer de manière continue le béton, qui s'écoule par son ouverture, et, au moyen d'une sorte de gouttière, descend instantanément de la même manière; à cela près qu'il faudra installer à l'avance, sur chaque face de la future muraille au milieu de laquelle sera noyée l'armature métal-

lique, des planches qui formeront un moule. On coulera immédiatement le béton dans ce moule, en le tassant au fur et à mesure; et on construira, on peut dire à la vapeur, sans mauvais jeu de mots et en stricte vérité, des murailles de béton qui reviendront à un bon marché invraisemblable.

On est en train d'aller beaucoup plus loin dans cette voie des travaux de maçonnerie à la machine. Et nous devons dire que, comme souvent en matière d'applications mécaniques, ce sont les Américains qui donnent l'élan qui montrent la direction à suivre. Ils osent toujours tenter les choses les plus audacieuses; et d'ailleurs, comme les ouvriers se payent fort cher chez eux, ils sont obligés d'en réduire autant que possible le nombre pour un travail déterminé. On ne se contente plus de préparer mécaniquement le béton ou le mortier; on l'envoie mécaniquement aussi, et à assez grande distance du point où il est fabriqué, au moyen de conduites où il est poussé, ou, si l'on veut, entraîné, par l'air comprimé. On a appliqué ce principe assez récemment à la construction du tunnel qui a été creusé sous la rivière Chicago, tunnel dit de La Salle Street. Ce tunnel est formé de tubes en acier; mais il fallait le revêtir intérieurement de béton. Et celui-ci était préparé dans une espèce de chambre métallique où l'on jetait tous les matériaux destinés à former le mélange: ciment, pierrailles, sable, eau, etc... On faisait arriver dans cette chambre un jet d'air comprimé très puissant, qui brassait le tout, le malaxait, et en formait un mélange tout à fait homogène. Puis on ouvrait une vanne, et un courant d'air suffisamment puissant entraînait le mélange plastique jusqu'à une centaine de verges de distance, là où l'on avait besoin de disposer le béton pour former le revêtement. Il va de soi que, pour réussir en cette matière, il faut bien étudier les dispositions mécaniques que l'on combine; mais la chose est parfaitement résolue à l'heure actuelle. On comprend d'ailleurs qu'une combinaison de ce genre permet très facilement d'envoyer le béton non seulement en des points plus bas que l'installation de malaxage, mais encore à une certaine hauteur au-dessus du malaxeur, si le courant d'air comprimé est suffisamment puissant pour élever le béton préparé.

Il existe une série de compagnies spécialistes aux Etats-Unis qui se livrent à des travaux de ce genre, soit en fournissant le matériel nécessaire, soit en se chargeant de préparer le béton et de l'envoyer sur les points où on l'emploiera. Quand le chantier est vaste et en vaut la peine, on installe une haute tour au sommet de laquelle se trouve le malaxeur à béton, des élévateurs, des chaînes à godets amenant à ce malaxeur les diverses matières qui serviront à préparer le béton. Celui-ci tombe ensuite dans une trémie, une sorte d'entonnoir, où, soit sous l'influence de son poids, soit l'action de jets d'air comprimé, il s'écoule par des tuyaux métalliques, soutenus par des haubans métalliques eux-mêmes, ou encore portés par de petites tours. Tout le chantier se trouve couvert de ces ramifications apportant le béton partout où l'on en a besoin.

LA PEINTURE DU ZINC

Peut-on peindre du zinc en vue d'en augmenter la durée de préservation?

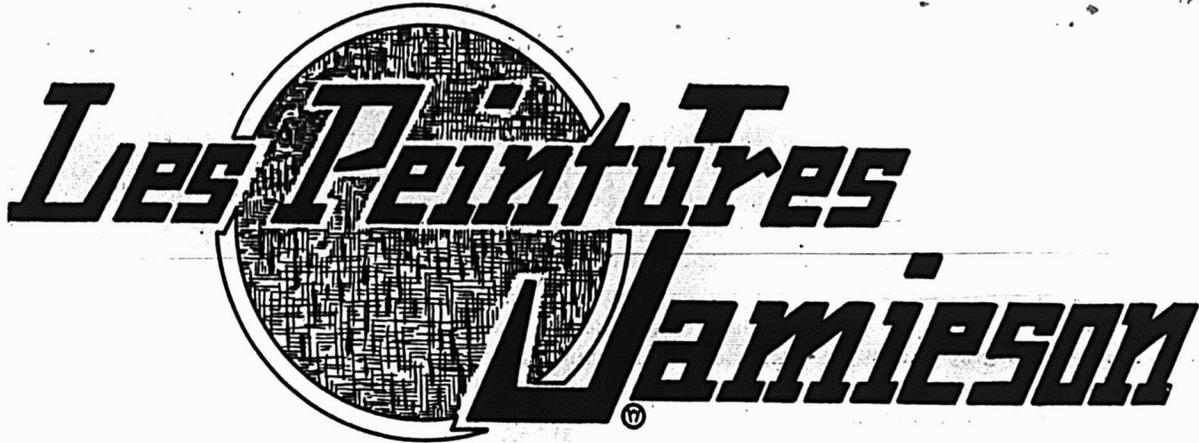
Des praticiens consultés sur ce sujet controversé se prononcent pour l'affirmative. Voici la formule qu'ils préconisent:

Préparez une sorte de mordant, en faisant dissoudre une partie de chlorure de cuivre, une partie d'azotate de cuivre et une partie de sel ammoniac, dans 64 parties d'eau, et en ajoutant une partie d'acide chlorhydrique brut du commerce. Etendez ce mordant, à l'aide d'un large pinceau, sur le zinc, qui devient aussitôt d'un noir foncé et qui, dès qu'il est à sec, c'est-à-dire après douze ou tout au plus vingt-quatre heures, se trouve couvert d'une couche boueuse d'un gris terne; cette couche retient fortement toutes les peintures à l'huile. Une planche de zinc d'environ 5 vgs. $\frac{3}{4}$ de longueur et de 1 vg. $\frac{3}{4}$ de hauteur, traitée de cette manière, couverte d'une couche verte de peinture à l'huile, exposée en plein air pendant un été et un hiver, s'est conservée parfaitement.

C'est un pauvre vendeur que celui qui se contente de dire: "Nous ne pouvons pas cet article" ou "Nous n'en avons plus": qui laisse partir le client sans essayer de lui vendre quelque chose se rapprochant de ce qu'il désire.

EST-CE QUE VOS CLIENTS SONT AVERTIS Des Avantages de la Peinture au Printemps?

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



Marques

CROWN, ANCHOR, ISLAND CITY & RAINBOW

donnent des résultats égaux aux meilleurs.

Ils sont vendus à un prix raisonnable et ils sont soutenus par votre réputation et notre garantie.

On n'a jamais fabriqué de meilleure peinture.

R. C. JAMIESON & CO., LIMITED

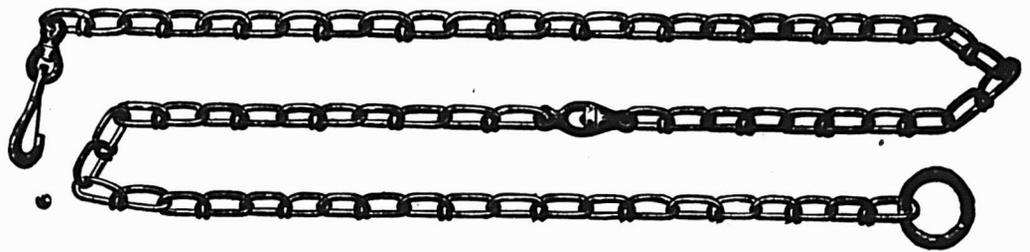
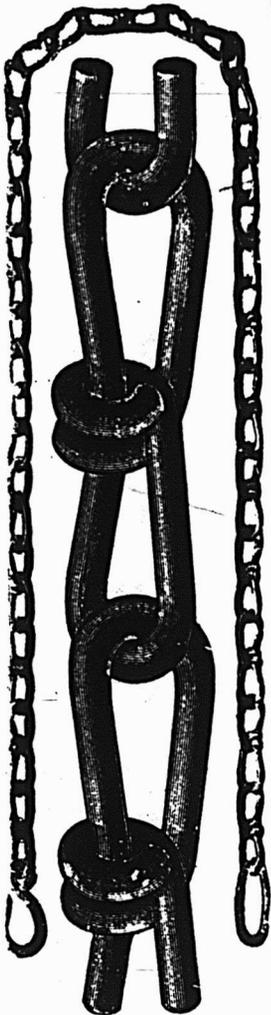
MONTREAL

ETABLIE EN 1858

PROPRIETAIRES et DIRECTEURS

VANCOUVER

P. D. DODS & CO., Limited.



Chaînes d'Attaches ou de Longes

Les plus légères, les plus solides et les meilleures chaînes qu'il y ait sur le marché.

Chaînes de licou, à chiens, à bétail et de trait.

Fabriquées par

The B. Greening Wire Co., Limited.

HAMILTON, Ont.

MONTREAL, Qué.

(Ferronnerie) Marché de Montréal

LA SITUATION.

Le marché de la ferronnerie et de la quincaillerie reste toujours ferme et la demande est assez bonne, mais il n'y a pas de changement digne de mention dans les prix, cette semaine. Le commerce est bon et l'argent, sans rentrer en abondance, n'est tout de même pas trop dur à percevoir.

Nous cotons:

PLOMBERIE

Tuyaux de plomb

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

Tuyaux de renvoi en font et accessoires

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

Tuyaux en fer

Tuyaux noirs: $\frac{1}{4}$ pouce à $\frac{3}{8}$ pouce, 65 p.c.; $\frac{1}{2}$ pouce, 70 p.c.; $\frac{3}{4}$ à 2 pouces, 74 $\frac{1}{2}$ p.c.; $2\frac{1}{2}$ à 4 pouces, 74 p.c.

Nous cotons, prix de la liste:

$\frac{1}{4}$	100 pieds	6.00
$\frac{1}{2}$	100 pieds	6.00
$\frac{3}{4}$	100 pieds	8.50
$\frac{1}{2}$	100 pieds	11.50
1	100 pieds	17.00
1 $\frac{1}{4}$	100 pieds	23.00
1 $\frac{1}{2}$	100 pieds	27.50
2	100 pieds	37.00
2 $\frac{1}{2}$	100 pieds	58.50
3	100 pieds	76.50
3 $\frac{1}{2}$	100 pieds	109.00
4	100 pieds	92.00

Tuyaux galvanisés

Tuyaux galvanisés: $\frac{1}{4}$ à $\frac{3}{8}$ pouce, 50 p.c.; $\frac{1}{2}$ pouce, 59 p.c.; $\frac{3}{4}$ à 2 pouces, 64 $\frac{1}{2}$

p.c.; $2\frac{1}{2}$ à 4 pouces, 64 p.c.

Nous tons, prix de liste:

$\frac{1}{4}$	100 pieds	6.00
$\frac{1}{2}$	100 pieds	6.00
$\frac{3}{4}$	100 pieds	8.50
$\frac{1}{2}$	100 pieds	11.50
1	100 pieds	17.00
1 $\frac{1}{4}$	100 pieds	23.00
1 $\frac{1}{2}$	100 pieds	27.50
2	100 pieds	37.00
2 $\frac{1}{2}$	100 pieds	58.50
3	100 pieds	76.50
3 $\frac{1}{2}$	100 pieds	92.00
4	100 pieds	109.00

Tuyaux en acier

2 pouces	100 pieds	9.60
2 $\frac{1}{2}$ pouces	100 pieds	12.25
3 pouces	100 pieds	13.30
3 $\frac{1}{2}$ pouces	100 pieds	15.55
4 pouces	100 pieds	19.80

Fer-blanc Charcoal

Nous cotons: 1 c. 14 x 20 4.65

Fer-blanc en feuilles

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

(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)

Au coke — Lydbrook ou égal

IC, 14 x 20, base bte 4.45
(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)

Au Charbon—Terne-Dean ou égal

IC, 20 à 28 bte 7.40
(Caisse de 112 feuilles, 216 lbs. net)
(Caisse de 560 lbs.)

Feuilles étamées

XX, 14 x 60, gauge 26 lb. 0.07 0.07 $\frac{1}{2}$
72 x 30 gauge 24, 100 lbs. 8.50
72 x 30 gauge 26, 100 lbs. 9.00

Tôles galvanisées "Canada"

Nous cotons: 52 feuilles, \$4.50; 60 feuilles, \$4.75.

Tôles noires

Feuilles: 22 à 24 2.65

26 2.75
28 2.85

Tôles galvanisées

Nous cotons à la caisse: Fleur de

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

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

Tôles Noires "Canada".

5a Feuilles	2.75
60 Feuilles	2.80
75 Feuilles	2.90

Apollo

10 $\frac{1}{2}$ oz=28 Anglais	4.35
28 G.=26 Anglais	4.10
26 G	3.85
24 G.	3.60
22 G.	3.60
16 à 20 G.	3.45

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

28 G. Américain équivaut à 26 G. Anglais.

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

Soudure

Nous cotons: barre demi et demi, 24c, garantie, do., "Wiping", 21c, métal pour plombiers.

QUINCAILLERIE

Boulons et noix

Très ferme et à la hausse.

Nous cotons:

Boulons à voitures Norway (\$3.00) 50 et 10 p.c.	
Boulons à voitures carrés (\$2.40) 60 et 10 p.c.	
Boulons à voitures (\$1.00): grandeurs, 8 et moindres, 60 et 10 p.c.; 7/16 et au-dessus, 52 $\frac{1}{2}$ et 12 $\frac{1}{2}$ p.c.	

Les Marchands Canadiens Vendent les Munitions Canadiennes

Parce que leurs clients obtiennent satisfaction lorsqu'ils tirent avec les Cartouches Dominion, ce qui est dû au soigneux choix des matériaux et au chargement scientifique qui produit une parfaite balance aux qualités de tir de chaque cartouche.

A cause de la croissante popularité des Cartouches Métalliques Dominion — le résultat de leur complète adaptabilité au canon de l'arme pour laquelle elles sont faites et de la haute vélocité et leur grande puissance de pénétration, ce qui assure de gros carniers de gibier.

Mettez en stock la ligne complète Dominion.



La marque populaire qui ne restera pas sur l'étagère.

DOMINION CARTRIDGE COMPANY Limited, MONTREAL.

Le succès d'un commerce dépend absolument de la satisfaction donnée à la clientèle, et rien ne peut satisfaire un client davantage que la qualité.



Les Peintures

MARTIN - SENOUR 100% Pureté

et toute la ligne de Produits

MARTIN - SENOUR

VERNIS, EMAUX, etc.,

étant de qualité supérieure, il s'ensuit que nos agents distributeurs ont l'avantage sur leurs concurrents.

La campagne de publicité que nous entreprenons pour le printemps dans presque tous les journaux et revues du pays saura contribuer à stimuler la vente, et chacun en retirera son profit.

S'il n'y a pas d'agent chez vous, écrivez de suite, et prenez avantage d'une proposition payante.

The Martin-Senour

Company Limited.

Fabricants de Peintures et Vernis.

MONTREAL, CHICAGO,
TORONTO.

WINNIPEG, LINCOLN,
HALIFAX.

Boulons à machine, 1 pce et au-dessous 65 et 10 p.c.
Ball 100 lbs. 11.20
Boulons à machine, 7/16 pce et au-dessus, 60 p.c.
Boulons à lisse, 1 et plus petits, 60 et 62½ p.c.
Boulons à lisse, 7/16 et plus gros, 50 et 12½ p.c.

Noix par boîtes de 100 lbs.

Nous cotons:
Noix carrés 4c la lb. de la liste
Boulons à charrue, 55 et 10 p.c.
La broche barbelée est cotée \$2.32½ les 100 livres à Montréal.

Crampes à clôtures

Fer poli \$2.55
Fer galvanisé 2.85

Broches pour poulaillers

1/2 x 20 x 30" 4.10
1/2 x 30 x 30" 4.75
1/2 x 22 x 24" 5.00
1/2 x 22 x 30" 6.30
L'escompte est de 60% sur la liste.
1/2 x 20 x 24" 3.40
1/2 x 22 x 30" 7.50

Broche galvanisée, etc.

Nous cotons:
No 9 les 100 lbs. 2.30
No 12 les 100 lbs. 2.45
No 13 les 100 lbs. 2.55

Poli brûlé:

No 10 les 100 lbs. 2.35
No 8 à 9 les 100 lbs. 2.35
No 11 les 100 lbs. 2.42
No 12 les 100 lbs. 2.60
No 13 les 100 lbs. 2.70
No 14 les 100 lbs. 2.80
No 15 les 100 lbs. 2.85
No 16 les 100 lbs. 3.00
Brûlé, p. tuyaux 100 lbs. No 18 3.85
Brûlé, p. tuyaux 100 lbs. No 19 4.70
Extra pour broche huilée, 10c p. 100 lbs.

Broche à foin

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

Plaques d'acier

1/2 pouce 100 livres 2.40
3/16 pouce 100 livres 2.70

Zinc en feuilles

Le marché est ferme.
Nous cotons: \$7.00 à \$7.25 les 100 lb.

Coudes pour tuyaux

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

Broche moustiquaire

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

Broquettes

Pour boîtes à fraises 75 et 12½ p.c.
Pour boîtes à fromage 85 et 10 p.c.
A valises 80 et 12½ p.c.
A tapis, bleues 80 p.c.
A tapis, étamées 80 et 15 p.c.
A tapis, en barils 40 p.c.
Coupées bleues, en doz. 75 et 12½ p.c.
Coupées bleues et 1/2 pce-santeur 60 p.c.
Sweedén, coupées, bleues

et ornées, en doz. 75 p.c.
A chaussures, en doz. 50 p.c.
A chaussures, -n uqts 1 lb. 60 et 10 p.c.

Clous de broche

Nous cotons: \$2.20 prix de base, f.o.b. Montréal.
b., Montréal.

Clous à cheval

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

Fers à cheval

Nous cotons f.o.b., à Montréal:
Neverslip crampons, 1 le cent 3.80
et plus et plus
No 2 No 1
grand petit

Fers ordinaires et

pesants, le qrt 3.90 4.15
Neverslip crampons 7/16, le cent 2.40
Neverslip crampons 1/2, le cent 2.60
Neverslip crampons 9/16, le cent 2.80
Neverslip crampons 5/16, le cent 2.00
Neverslip crampons 1/4, le cent 2.20
Fer à neige, le qrt 4.15 4.40
New Light Pattern, le qrt 4.35 4.60
Fer "Toe Weight" No 1 à 4 6.75
Featherweight No 0 à 4 5.75
Fers assortis de plus d'une grandeur au baril, 10c à 25c extra par baril.



Quatre-vingt mille marchands aux Etats-Unis et au Canada poussent la vente des carabines et des fusils de chasse Remington-UMC, avec des assortiments complets de cartouches de chasse et métalliques Remington-UMC — et ont la Marque Boule Rouge de Remington-UMC, le signe de ralliement des Sportsmens dans toute ville ou village.

REMINGTON ARMS-UNION METALLIC
CARTRIDGE Co.

WINDSOR, ONTARIO.

Chaines en fer

Très ferme.	
On cote par 100 lbs.:	
3/16 No 6	10.00
3/16 exact 5	8.50
3/16 full 5	7.00
1/2 exact 3	6.50
1/2	6.50
5/16	4.40

Clous coupés

Nous cotons : prix de base, \$2.50 f. o.	
1/2	3.90
7/16	3.80
1/2	3.70
9/16	3.60
1/2	3.40
1/2	3.30
1	3.30
1	3.30

Vis à bois

Les escomptes à la liste sont de	
Tête plate, acier 85	10 et 7 1/2 p.c. 10
Tête ronde, acier 80	10 et 7 1/2 p.c. 10
Tête plate, cuivre 75	10 et 7 1/2 p.c. 10
Tête ronde, cuivre 70	10 et 7 1/2 p.c. 10
Tête plate, bronze 70	10 et 7 1/2 p.c. 10
Tête ronde, bronze 65	10 et 7 1/2 p.c. 10

Fanaux

Nous cotons:	
Wright No 3	doz. 8.50
Ordinaires	doz. 4.75
Dashboard C. B.	doz. 9.00
No 2	doz. 7.00

Peints, 50c extra par doz.

Tordeuses à linge

Nous cotons:	
Royal Canadian	doz. 47.75
Colonial	doz. 52.75
Safety	doz. 56.25

E. Z. E.	doz. 51.75
Rapid	doz. 46.75
Paragon	doz. 54.00
Bicycle	doz. 60.50
Moins escompte de 20 p.c. Fore de-	
mande.	

Munitions

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

Plomb de chasse

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

METAUX**Antimoine**

Le marché est à la baisse, \$8.75 à \$9.00.

Fonte

Nous cotons:	
Carron Soft	24.50
Clarence No 3	21.00

Fer en barre**Faible.**

Nous cotons:	
Fer marchand	base 100 lbs. 2.10
Fer forgé	base 100 lbs. 2.25
Fer fini	base 100 lbs. 2.35
Fer pour fers à cheval	base 100 lbs. 2.40
Feuillard mince 1 1/2 à 2 pcs	base 3.20
Feuillard épais No 10	base 2.25

Acier en barre**Faible.**

Nous cotons net, 30 jours:	
Acier doux base 100 lbs.	0.00 2.25
Acier à rivets base 100 lbs.	2.10 2.25
Acier à lisse base 100 lbs.	0.00 2.25

Acier à bandage base 100 lbs.	0.00 2.25
Acier à machine base 100 lbs.	0.00 2.25
Acier à pince base 100 lbs.	0.00 2.95
Acier à ressorts base 100 lbs.	2.75 3.10

Cuivre en lingots

Le marché est faible et les stocks sont bas.

Nous cotons: \$16.50 à \$16.75 les 100 lbs. Le cuivre en feuilles est coté à 25c la livre.

Etain en lingots

Nous cotons: \$44.50 à \$45.00 les 100 livres.

Marché tranquille, demande peu considérable.

Plomb en lingots

Plus fort: \$5.25 à \$5.50.

Zinc en lingots

La demande est forte.

Nous cotons: \$6.00 à \$6.25 les 100 livres.

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

Prix fermes.

Nous cotons au gallon, prix nets: huile bouillie 67c, huile crue 64c.

Huile de loup-marin

Nous cotons au gallon: Huile extra raffinée 70c

Essence de térébenthine

Ferme.

Nous cotons 72c le gallon par quantité de 5 gallons et 67c le gallon par baril.

Blanc de plomb

Forte demande. Ferme. Blanc de plomb pur 8.25

Les Meilleures Tondeuses de Pelouses qui soient faites au Canada.

LE PATRIOTISME devrait être une assez bonne raison pour acheter des tondeuses de pelouses fabriquées au Canada, les autres choses étant égales. Mais il y a la raison du porte-monnaie qui est plus forte que la raison patriotique.

Les meilleures tondeuses sont faites au Canada. Ce sont les tondeuses de pelouse TAYLOR-FORBES. Elles varient de prix depuis celle du plus haut prix de l'univers à celle du plus bas prix que tout homme consciencieux puisse désirer recommander à ses amis et voisins.

Prix pour prix, qualité pour qualité, grandeur pour grandeur, les tondeuses TAYLOR-FORBES sont de la plus haute qualité. La plus haute qualité que nous puissions faire, avec des conditions favorisant la haute qualité.

Il y a toute raison d'intérêt personnel, profit et patriotisme en n'achetant que des tondeuses de pelouses Canadiennes TAYLOR-FORBES cette année.

Les mieux connues de celles-ci sont les ADANAC, WOODYATT, EMPRESS et STAR. Nous prenons la responsabilité de recommander leur achat parce que nous savons qu'elles sont honnêtes et bonnes, depuis le bout du manche jusqu'au tranchant de la lame.

TAYLOR-FORBES COMPANY, Limited.

246 rue Craig Ouest, MONTREAL.

Ne laissez aucun doute dans l'esprit de votre marchand de gros à propos de la sorte de tondeuse que vous voulez cette année. Ecrivez les noms ADANAC, WOODYATT, EMPRESS et STAR sur la commande.

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

**NICHOLSON
MADE**

Vous êtes connu par les marchandises que vous vendez.

Lorsque vous donnez à votre clientèle des LIMES NICHOLSON—vous lui donnez des limes que vous SAVEZ bonnes. Vous savez que chaque lime a été examinée au moins une fois—entre chaque importante opération. Vous savez que la lime finie a été essayée sur un plus dur acier qu'elle ne sera employée en service actuel. Aussi, lorsque vous vendez une LIME NICHOLSON, vous êtes certain qu'elle donnera le meilleur service satisfaisant.

Pas de "retour" à combattre—pas d'excuses à faire. Rien à faire que "vendre plus de limes"—et prendre votre libérale marge de profit par vente.

LIMES NICHOLSON

Marques :

Kearney & Foot—Great Western—American—Arcade—Globe.

A votre Marchand de Gros.

NICHOLSON FILE COMPANY

"File Philosophy"—une éducation de 50 ans sur les limes en une heure—envoyée GRATIS sur demande.



Amatite ROOFING

NE DEMANDE PAS DE PEINTURE

Ces belles toitures brillantes avec leur minéral répandu brillant au soleil—
Vous les voyez dans tout le pays—Ce sont les toitures Amatite.

Le fait que l'Amatite ne demande pas de peinture signifie une grande économie pour ceux qui l'emploient.

C'est aussi une grande commodité de n'avoir pas à peindre les toitures.

Plusieurs acheteurs ont adopté la règle de n'employer que de l'Amatite à cause de son économie et de la satisfaction qu'elle donne.

Une brochure sur l'Amatite vous sera envoyée gratis sur demande.

Adressez-vous au plus proche bureau.

The Paterson Mfg. Co., Limited

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



Renseignements Commerciaux

COUR SUPERIEURE.

ACTIONS.

Défendeurs.	Demandeurs.	Montants.
Lamoureux, J. B.	Chambly Bassin.	
	Commissaires d'écoles de St-Jean de la Croix	\$0,000
	Lachine.	
Amos, Mme Edward C.	Robertson, Geo.	5,000
Annuik, Worye	Picard, Jos., & Cie	103
	Marie-Ville.	
Benoit, Hormidas	Robert, Donat	391
	Outremont.	
Desjardins, G. Chs.	Connolly	80,000
Horne, John; Woodley, A., Montréal	Croysdill, S.	302
	Notre-Dame de la Salette.	
St-Amour, Noé	Roch, J. A., & Cie	135
	Pont-Rouge.	
Bédard, Wilfrid	Royal Canadian Jewelry Co.	120
	Pont-Viau.	
Ouimet, J. Alph., Ltée	Prevost, A., & Cie	1,200
	Rawdon.	
Duquette, H.	St-Charles, F. X., & Cie, Ltée	209

Quesnel, Jos.	Rigaud.	St-Julien & Frères	300
	Rimouski.		
Pilon, Elie		Banque d'Hochelaga	700
	Roxton Falls.		
Valois, Henri E.		Elie, Jos.	375
	St-Anicet.		
Castagner, M.-Louise Antoinette		Genier, A. C.	200
	St-Barthélemi.		
Picher, Henri		Royal Canadian Jewelry Co.	150
	St-Faustin.		
Brunet, Régis		Royal Canadian Jewelry Co.	183
	St-François de Sales.		
Charbonneau, Solomon		Paquette, Jos.	2,000
	St-Gabriel de Brandon.		
Cie Electrique		Handfield, L. A.	1,000
	St-Hyacinthe.		
Cadorette, Henri		Royal Canadian Jewelry Co.	180
	St-Polycarpe.		
Bourbonnais, Nap.		Succ. Henriette Lamotte de Beaujeu	182
	Ste-Thérèse de Blainville.		
Rochon, Emmanuel		Villeneuve, L., Cie Ltée	473
	Sault-au-Récollet.		
Jacottey, Emile		Webster & Sons, Ltd.	141
	Yamaska.		
Parenteau, Lorenzo		Leblanc, A.	267

Lorsque vous Achetez des Claques

Assurez - vous qu'elles

portent la



Marque de Commerce

“JACQUES-CARTIER”



La Marque “Jacques-Cartier” sur
les clagues certifie une habile main-
d'oeuvre, la meilleure qualité et
le dernier style.

Canadian Consolidated Rubber Co., Limited.

AGENTS DES VENTES

QUEBEC,

MONTREAL,

OTTAWA.

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

Pitch

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

Peintures préparées

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

Verres à Vitres.

Nous cotons:	
Star, au-dessous de 26 pouces:	
100 pds	
50 pieds	2.03
100 pieds	3.65
26 à 40, 50 pds	2.13
26 à 40, 100 pds	3.85
41 à 50	4.30
51 à 60	4.55
61 à 70	4.80
71 à 80	
81 à 85	9.10
86 à 90	10.70
91 à 95	11.75

Les prix ci-dessus sont nets pour les entrepreneurs, et une allocation de 5 pour cent est faite aux marchands seulement.

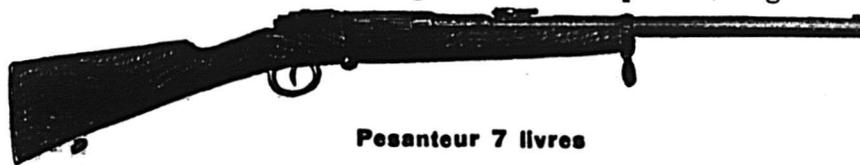
Vert de Paris pur

Forte demande.	
Barils à pétrole	0.00 0.19
Drum de 50 à 100 lbs.	0.00 0.20
Drum de 25 lbs.	0.00 0.20
Boîtes de papier, 1 lb.	0.00 0.22
Boîtes de fer-blanc, 1 lb.	0.00 0.23
Boîtes papier, 1/2 lb.	0.00 0.24
Boîtes fer-blanc, 1/2 lb.	0.00 0.25

Câbles et cordages

Best Manilla	base lb.	0.00	0.15
British Manilla	base lb.	0.00	0.14
Sisal	base lb.	0.00	0.10
Lathyrn simple	base lb.	0.00	0.09
Lathyrn double	base lb.	0.00	0.10
Jute	base lb.	0.00	0.10
Coton	base lb.	0.00	0.25
Corde à châssis	base lb.	0.00	0.34

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



Pesanteur 7 livres

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

McGILL CUTLERY COMPANY, REGISTERED.

Boîte Postale 580,

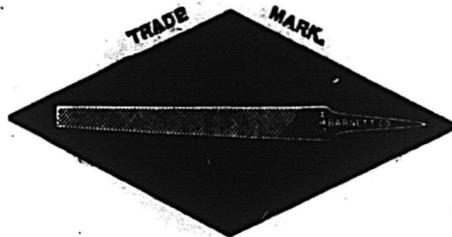
Montréal, Canada.

Fabrique de Limes BLACK DIAMOND

ETABLIE EN 1863

INCORPORÉE EN 1895

Douze Médailles de
Récompense aux
Expositions
INTERNATIONALES



Grand Prix Spécial
MÉDAILLE D'OR
Atlanta, 1895

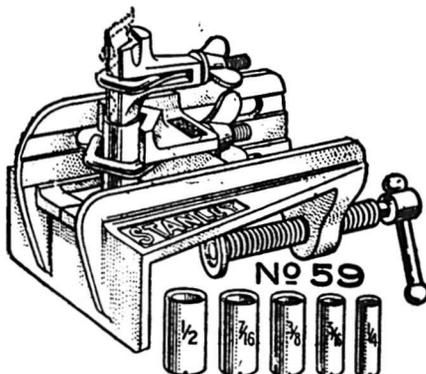
Catalogue envoyé gratuitement sur demande à toute personne intéressée dans le commerce de limes.

G. & H. BARNETT COMPANY,

Philadelphia, Pa.

Propriété exploitée par la Nicholson File Co.

Stanley Tools



MACHINE A GOUJONNER STANLEY.

Un nouveau et des plus unique outil qui permet à celui qui l'emploie de percer des goujons au bord, au bout sur la surface du travail avec la plus grande facilité et la plus absolue exactitude.

Un outil qui se recommandera immédiatement de lui-même aux Charpentiers, Menuisiers, Ebénistes, Faiseurs de Patrons—de fait à tout ouvrier ou amateur qui a l'occasion de faire n'importe quelle sorte de goujon.

Une circulaire spéciale décrivant cet outil en détail est prêt pour être distribuée. Pouvons-nous vous envoyer quelques uns avec votre circulaire? Ils intéresseront vos clients qui travaillent le bois et vous amèneront des affaires.

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

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

LA MARQUE DE QUALITE

TOLE D'ACIER GALVANISEE A BASE DE CUIVRE APOLLO KEYSTONE



UNITED STATES STEEL PRODUCTS COMPANY

NEW-YORK, E.U.A.

Succursales: WINNIPEG ET VANCOUVER.

Agents des ventes pour l'Est du Canada.

B. & S. H. THOMPSON & Co., LIMITED

Edifice Transportation
MONTREAL

Edifice Traders Bank
TORONTO

Profits et Livres

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



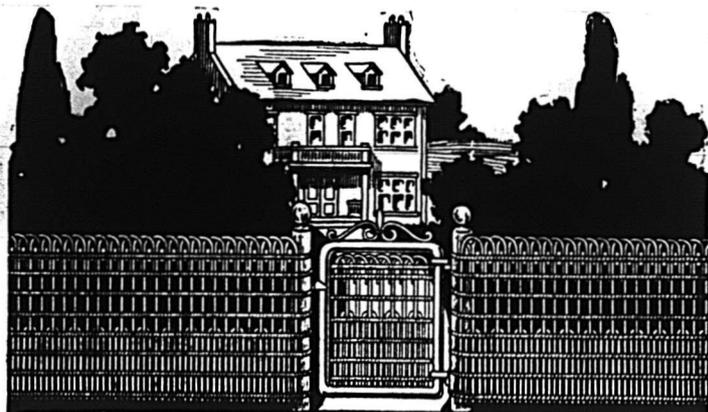
FAIRBANKS

"Les balances qui ont rendu le pesage juste."

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

THE CANADIAN FAIRBANKS-MORSE CO., Limited.

84 Rue St-Antoine, MONTREAL.



Ouvrez un rayon de Clôtures Métalliques d'ornementation qui vous rapportera

Tenez une ligne de clôtures qui satisfasse sûrement et longtemps vos clients, de clôtures qui non seulement protègent mais embellissent la propriété, de clôtures qui ne peuvent qu'augmenter le chiffre d'affaires à votre magasin. Telles sont

Les Clôtures Ornementales "Peerless"

Chaque support est fait de fil de fer solide rigide, qui ne cédera pas. Cette clôture est faite de fil de fer galvanisé et de plus on revêt ce fil d'une couche de peinture d'émail à base de zinc, ce qui le protège le mieux possible contre la rouille. La clôture Peerless est facile à fixer et gardera sa forme pendant des années. Nous fabriquons aussi toute une série de portes métalliques ornementales.

Demandez par lettre notre proposition aux Marchands

Voyez notre brochure contenant nombre de magnifiques suggestions pour pelouses, parcs, cimetières etc. Informez-vous aussi de nos clôtures et portes métalliques pour la ferme.

The Banwell-Hoxie Wire Fence Co., Ltd.
WINNIPEG, MAN. HAMILTON, ONT.



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

ALES & PORTER de DOW.

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

The National Breweries, Limited.

Successors de W. DOW & CO.,

MONTREAL.

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

Vins et Liqueurs

LES VINS DE BORDEAUX

Bordeaux est le centre d'une des plus anciennes, meilleures et plus importantes régions vinicoles de France. Elle est aussi le centre commercial du côté industriel de ce commerce, plusieurs des plus grandes maisons en rapport avec le commerce du vin ayant leurs établissements dans cette ancienne ville. Elle est aussi favorisée par sa position géographique, qui lui permet de devenir un des plus grands ports de France, et le volume de marchandises qui entrent ou qui sortent par la fameuse rivière sur laquelle elle est située est de la plus grande importance.

Le Bordelais comprend tout le Département de la Gironde, et couvre environ 437,750 arpents carrés, avec une production moyenne de \$62,500,000 gallons.

On peut faire trois classifications des vignobles sous le rapport de la nature du sol, savoir: (1) Les Côteaux; (2) Les Graves, ainsi nommés à cause des graviers ou cailloux, et (3) Les Palus, lequel est très fertile. Etant sur le bord du fleuve, le sol consiste en dépôts de terrains d'alluvion.

Pour les vins rouges, les cépages sont principalement les Cabernets, mélangés avec les Merlot, Petit-Verdot et Merbeck; et pour les vins blancs il y a les Sémillon et Sauvignon.

Le climat est très tempéré, et à cause de la proximité de la mer, il y a assez de pluie pour faire pousser une bonne végétation. Durant tout l'été, les vallées des nombreuses rivières sont particulièrement convenables pour la plantation et la propagation de la vigne. Quoique les montagnes environnantes soient hautes dans le Bordelais, les pentes sont d'une telle nature qu'elles sont particulièrement adaptées pour la viticulture. Pendant une longue période les vignobles ont souffert peu ou beaucoup de maladies causées par l'humidité de l'atmosphère, due aux grandes pluies, mais, d'un autre côté, le climat est plus frais que pourrait faire croire la latitude, et les vins que produit ce district, sont donc plus frais, ont plus le goût de raisin et ont plus de bouquet.

Les vignes sont cultivées à la charrue, étant rangées en lignes et tenues par des fils de fer à des distances variées. Cette méthode est bien moins dispendieuse que la culture ordinaire à la main. Les poteaux que l'on emploie dans l'ancienne méthode, doivent non seulement être arrachés chaque année et renfermés, mais encore ont besoin d'être replacés au printemps. De même, un homme, un cheval et une charrue peuvent accomplir le travail de dix hommes à l'ancienne méthode. Dans chaque endroit où les pentes ne sont pas trop accentuées, cette mode de culture remplacera vite l'autre. Cela vaut la peine d'être noté que dans ce district, aussi bien que dans la plupart des autres districts où les modernes méthodes scientifiques ont prévalu, que le bois dans les vignobles fait graduellement place au fer grâce au fait que les différents insectes trouvent souvent une place de dépôt

favorable pour leurs oeufs dans les échelas en bois, ce que le fer ne leur donne pas. Le plus grand soin est pris sous le rapport de la culture, et il y a différents systèmes de viticulture dont chacun a ses avocats. Pour faciliter les affaires, tout le district a été divisé en régions, et nous les étudierons successivement.

Les vignobles de Bordeaux comprennent plusieurs régions qui produisent des vins de qualités grandement variées et de caractère. Au bas de l'échelle nous avons les Palus, rassemblés, comme leur nom l'indique, dans les plus basses régions, c'est-à-dire, dans les terrains alluviaux les plus fertiles, qui donnent de grandes quantités mais d'une qualité ordinaire. Cette région se range sur les rives droite et gauche de la Dordogne, la Garonne et les Iles de la Gironde. Nous avons ensuite les vins des Côtes, qui se trouvent entre les précédents et les meilleurs crus. Ces vins sont bien constitués et gagnent de qualité avec l'âge, ayant une légère ressemblance au type Bourgogne. Ils sont rassemblés dans le Bourgeois, Blayais, Entre-deux-Mers, Bas-Médoc et une partie du Saint-Emilionnais. Les meilleurs vins comprennent les moyens et fins vins de Médoc, St-Emilionnais et les Graves Rouges, les vins blancs étant produits dans toutes les régions du Département de la Gironde, comprenant différentes qualités depuis les Petits Graves jusqu'au Château Yquem.

LES EFFETS DE LA PROHIBITION

L'absinthe en Suisse.

Jamais on ne consuma tant d'absinthe en Suisse que depuis la récente interdiction de l'y vendre au détail.

"Le principal effet de la loi, nous dit un journal de Berne, fut de faire une énorme réclame à cette liqueur et de l'introduire dans une foule de ménages où jamais elle n'avait pénétré."

Je devine très bien comment les choses se passèrent le premier jour que tel citoyen de la libre Helvétie, ne pouvant plus siroter son petit pernod-nature aux terrasses de bar, dut s'installer chez lui pour le boire...

Je le vois confortablement assis à sa table... Les siens l'entourent curieusement... Très appliqué, très attentif, car l'opération ne manque pas d'être fort délicate, il bat d'abord l'absinthe à légers coups, d'une main sûre et savante... L'absinthe se décompose, elle tourne en purée de pois... Halte! Il laisse reposer, selon les rites augustes... Un temps... Encore un peu d'eau, rapidement versée... Le verre est plein. Et voici qu'il le porte à ses lèvres. Il l'ampne gorge, les yeux au ciel, en extase. Il contemple le plafond!...

Mais son regard redescend... Sa figure brille d'allégresse...
Il sourit... Il est heureux de vivre...

—Tu le trouves si bon que ça? lui demande madame.

—Goûtel

—Et nous, et nous! réclament les mioches.

—Monsieur veut-il me permettre d'essayer? implore la domestique, qui présente timidement son verre...

Et c'est ainsi que, désormais, dans tous les intérieurs suisses, tous les soirs, à six heures tapant, l'homme, la femme, les enfants et la bonne étouffent des perroquets.

DETERMINATION DU DEGRÉ ALCOOLIQUE DES SPIRITUEUX ET DES LIQUEURS.

Pour déterminer le titre alcoolique des eaux-de-vie naturelles, des spiritueux n'ayant reçu aucune addition de sucre ou d'autre substance, il suffit de plonger un alcoomètre dans une quantité de liquide ramenée à une température aussi voisine que possible de 15° centigrades, de prendre la température avec un thermomètre et de faire la correction de température en se reportant aux tables de Gay-Lussac. Ces liquides alcooliques ne contiennent que des produits de distillation et, bien qu'ils ne soient pas exclusivement constitués par l'alcool éthylique, les autres matières volatiles, qui donnent aux spiritueux son arôme spécial, sont en proportion trop faible pour abaisser ou élever d'une quantité appréciable le degré alcoolique réel.

Il n'en est pas de même pour certaines eaux-de-vie, rhums, etc., additionnés de sucre, de caramel, de substances bonifiantes. En introduisant dans les spiritueux une plus ou moins forte quantité de matières extractives, ayant une densité plus élevée que celle de l'alcool, on abaisse le degré apparent; celui-ci se trouve alors inférieur au degré réel. On donne ordinairement le nom d'"obscuration" à la proportion d'alcool masquée par le sucre. Ceci s'observe particulièrement pour les eaux-de-vie sirupées; par exemple, la présence de 12 gr. 5 de sucre dans un litre d'eau contenant réellement 56 pour cent d'alcool abaisse son degré apparent à 54°7.

On ne peut donc se contenter, pour ces spiritueux, de plonger directement l'alcoomètre dans le liquide, puisque le degré apparent diffère du degré réel. Pour déterminer leur titre alcoolique, il faut procéder à la distillation qui sépare des substances fixes l'alcool et les autres matières volatiles. On distille donc une certaine quantité du liquide, on ramène le distillat au volume primitif et on calcule le degré d'après les indications données par l'alcoomètre et le thermomètre. Les instructions officielles sur les méthodes d'analyse indiquent d'opérer de la façon suivante:

"Pour déterminer le titre alcoolique réel, on distille 250 centimètres cubes de liquide, mesurés à une température aussi voisine que possible de 15°. Si le titre alcoolique de l'alcool à examiner atteint ou dépasse 65°, on en prend seulement 200 centimètres cubes et on ajoute 50 centimètres cubes d'eau. Si le titre alcoolique est inférieur à 50°, on distille 275 centimètres cubes, on en recueille 250 et on retranche 1/11 du chiffre trouvé. On opère la réfrigération au moyen d'un serpent en étain pur ayant au moins 1 mètre de longueur et refroidi au moyen d'un courant continu d'eau froide. Le distillat est recueilli dans un ballon jaugé de 250 centimètres

cubes dans lequel on place 10 centimètres cubes d'eau. A l'extrémité du tube du réfrigérant on ajuste, au moyen d'un caoutchouc, un tube de verre qui vient plonger dans l'eau placée au fond du ballon, de manière à assurer la condensation des produits de tête et notamment des aldéhydes. Lorsque les premières portions sont condensées, au fur et à mesure que le ballon se remplit, on abaisse et on incline le ballon récepteur de manière à ce que le tube ne plonge pas dans le liquide distillé. On pousse la distillation aussi loin que possible. On amène à 250 centimètres cubes le volume du distillat et on prend son titre alcoolique."

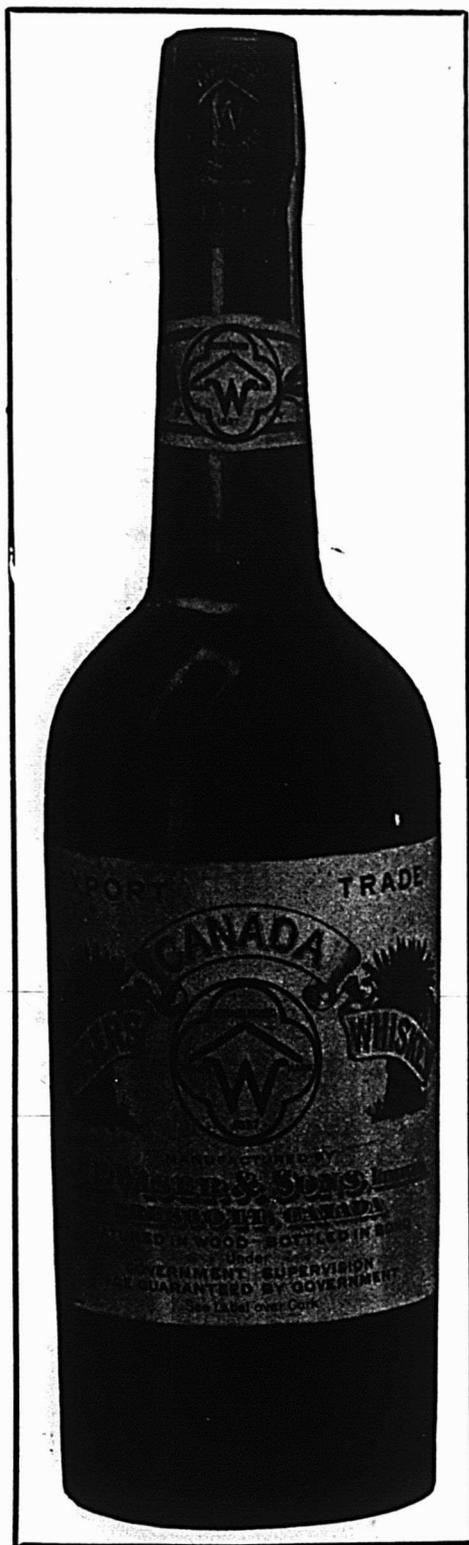
L'ensemble de ces précautions est indispensable, lorsque l'on doit faire ensuite l'analyse complète de l'eau-de-vie examinée; mais, quand on se borne à rechercher le degré alcoolique, on peut se servir d'un alambic ordinaire à réfrigérant et, pour employer moins d'eau-de-vie, opérer en mettant 50 cc. du spiritueux dans le ballon, en rinçant avec de l'eau le vase qui a servi à les mesurer, en recueillant dans une carafe jaugée à 100 cc. On complète jusqu'au trait de jauge avec de l'eau, on mélange bien, on prend la richesse alcoolique de ce liquide, et on multiplie par 2 le résultat obtenu après correction. Afin d'éviter toute déperdition d'alcool, il faut que le tube adapté à la sortie du réfrigérant plongé bien dans le récipient dans lequel on recueille le distillat.

TENIR HOTEL

Tous les journaux et revues ont dit et redit aux hôteliers comment tenir un hôtel dans le vrai sens du mot. Ce devoir est maintenant si généralement reconnu et pratiqué, qu'il est à peine nécessaire de s'étendre beaucoup sur ce sujet. Pour cette raison, le travail de tenir hôtel devrait être fait en stricte concordance avec la loi et comme un commerce régulier. Il est sans nul doute entendu qu'un hôtel, au-dessus de tout, doit être propre, confortable et hygiénique, aussi que de bons aliments, bonnes liqueurs et un service soigneux doivent être fournis. Une chose plus importante encore, l'hôtel doit être un vrai chez-soi pour ceux qui voyagent et devrait être un port de salut pour tous les hôtes, spécialement pour les dames qui sont obligées de voyager seules.

De nos jours, il est fâcheux de trouver qu'un ou deux détenteurs de licences ont une conception insuffisante de leurs devoirs et privilèges. Les associations du commerce d'hôtel licencié font tout leur possible pour maintenir la haute supériorité de la conduite de ce commerce, mais leurs efforts sont frustrés et neutralisés par les actions irréfléchies de la part d'imprévoyants porteurs de licences qui non seulement se font du dommage à eux-mêmes, mais aussi à la réputation de tout ce commerce.

Les hôteliers licenciés doivent être au-dessus de tout soupçon en toutes choses, et, s'ils commettent quelque erreur, ce devrait être du côté de l'efficacité et de la sûreté. Il est inutile de battre les buissons en cette matière. Aux hôteliers qui ne respectent pas les clauses de la loi en vertu de laquelle ils ont reçu leurs licences, et qui ne dirigent pas leurs maisons de façon à donner le maximum de confort et de service ainsi que d'assurer la sûreté de leurs hôtes, on ne devrait pas permettre de garder une licence. Le bien-être du commerce d'hôtel licencié demande cette mesure énergique.



Cette Marque Célèbre Mise en
Pintes, Chopines, ½ Chopines et Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

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

FABRIQUEE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott Ontario

'NEW-YORK'

'CANADA'

LAWRENCE A. WILSON COMPAGNIE

— Limitée —

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

MAGASINS D'ENTREPÔT :

48 rue St-Jacques.

ENTREPÔTS DE DOUANE :

415 rue Saint-Paul.

VOUTES D'ENTREPÔT :

84 ruelle Fortification.

BUREAUX CHEFS: 87 RUE ST-JACQUES

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

MONTREAL

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

Coups à la main et à la machine.

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

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

Téléphones: { BELL MAIN 65
MARCHANDS 522



The Geo. E. Tuckett & Son Co., Limited.
HAMILTON, ONT.

— — — **VENDEZ LE** — — —

GIN de BURNETT

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

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

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

WATERLOO, CANADA

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

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

M. ROBERTS EN COLERE.

“Je risque ma vie pour vous,” dit-il à la Dominion Alliance.

La Dominion Alliance terminait, le mardi 10 mars, sa convention et, au cours de la discussion, plusieurs membres se sont opposés à ce que ses affiliés se servissent de méthodes policières pour arriver à leurs fins. On ajouta que plusieurs membres s'étaient retirés à la suite des avatars récents où les avait entraînés M. J.-H. Roberts.

En colère, M. Roberts fit observer que l'Alliance n'avait pas besoin de ces trembleurs ni de ces rachitiques. “Je suis las, dit-il, de ces critiques sur un homme comme moi, qui risque sa vie pour faire votre ouvrage.”

Alors, en dépit de certaines protestations, l'Alliance vota \$2,500.00 pour le budget de sa police et décida de continuer ses méthodes de combat contre les marchands de vins.

M. J.-H. Carson, secondé par M. H.-A. Moulton, présentèrent une motion contre ces dispositions, mais la motion fut défaite.

L'échevin Spence, de Toronto, président de l'Alliance, déclara que la loi du pays damnait bien plus rapidement les jeunes gens que les sociétés de tempérance pouvaient les sauver.

La loi permet la vente des alcools, donc s'il est permis de vendre, il est permis d'acheter et permis de boire. Le Canada

est le pays le plus sobre de l'univers, on ne consomme que 8 gallons de liqueurs par individu; aux Etats-Unis, c'est 22; en Angleterre, 35; en Belgique, 50.

POUR LA PROHIBITION

Le “Globe” du 25 mars prétend que tous les jeunes conservateurs ontariens signeront sous peu une liste demandant l'abolition de la vente des liqueurs dans les usines, les bars et les clubs de la province. Cette liste sera adressée au premier ministre. C'est la Ontario Young Manhood Association qui est l'âme du mouvement.

LA CONSOMMATION DES LIQUEURS ET DU TABAC

Le Revenu de l'Intérieur a rapporté le mois de février dernier au trésor fédéral, la somme de \$1,698,915, comparé à \$1,740,783 en février 1913. Les spiritueux et le tabac forment la principale partie de ce revenu, près d'un million pour les boissons et \$770,000 pour le tabac.

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

AGENCES CONTROLEES PAR LA- PORTE, MARTIN, Ltée, Montréal.

Absinthe	C/S	
Juls Pernod, c/s 12 bout. litre		11.50
Apéritif et Tonique	C/S	
"Bacchus" c/s 12 bout. litre		8.00
Banyuls Bartissol, 12 qts.		7.50
Bourgogne, Morin, Père & Fils		
	C/S	qrts pts
Macon	5.50	6.50
Chablis	6.50	7.50
Pommard	7.00	8.00
Beaune	6.50	7.50
Nuits	9.00	10.00
Oeil de Perdrix	13.50	14.50
Champagne	c/s	qts. c/s pts. c/s splits

ETIK-HERBICK			
Sec	30.00	32.00	34.00
Très Sec	32.00	34.00	36.00
Brut	30.00	32.00	34.00
Moins 10 p. c. comptant.	3 p. c.	30 jours.	
	qt.	pt.	sp.

Cardinal,				
Caisse 12s	\$12.50	24s	\$13.50	48s \$14.50
Paniers 6s	6.50			
" 12s	12.50			
" 6s		3.75		
" 12s		7.00		
" 24s		13.50		
" 12s			4.00	

Duc de Lagrange				
Caisse 12s,	9.00	24s	10.00	48s 11.00
		c/s	c/s	

Clarets	12 Btls	24½ Btls
Vernet & Cie St-Julien	2.75	3.25
V. Pradel & Cie, Medoc	3.25	3.00
Latreille & Cie, St-Julien	2.50	3.00
Fleury & Fils Medoc	2.25	2.75
A. Delor & Cie	c/s	c/s
Medoc	4.00	5.00
St-Julien	4.50	5.50
St-Estèphe	5.00	6.00
Château des Jacobins	5.50	6.50
Paulliac	5.50	6.50
St-Emilion	6.00	7.00
Château Pontet Canet	6.00	7.00
Château, Pape Clément	10.00	11.00

Palus	0.90	Gall.	0.95	Gall.
Tivoli	0.85	"	0.90	"

A. Delor & Cie,	
Cognacs	c/s Qts.
Ph. Richard S O 40 ans	25.00
Flute 20 ans	16.00
Flute 10 ans, qrts 12s	11.00
Medicinal	14.50
V. S. O. P.	12.25
Spécial Réserve	11.00
V. S. O.	10.50
V. O.	9.00
J. M. Boutin & Cie Alligator brd	8.00
Chs Couturier XXX	7.50
F. Marion XXX	6.00
Parville & Cie XXX	5.00
Valin & Frère XXX	4.50

Toutes ces marques de Cognacs	
En caisse de 24½ Bout.	[\$1.00 de plus
En caisse de 24 Flasks	[par caisse
En caisse de 48 ¼ Bout.	[\$2.00 de plus
En caisse de 48 ½ Flasks	[par caisse

Cognac en Futs	Gal.
Ph. Richard	3.50 @ 6.50
Ch. Couturier	3.75 " 4.00
F. Marion	3.50 " 3.75
Parville & Cie	2.25 " 2.50

Eaux du Bassin de Vichy	c/s
Amirable c/s 50 bout. Qrts	5.00
Neptune " 50 " " "	6.00
Sans Rivale " " " "	7.00

Limonades du Bassin de Vichy	c/s 50	c/s 50
	Qrts	Pts
La Sauvoureuse	8.00	5.50

Ginger Ale Importé	pt	spt.
Marque "Trayder" cork	1.00	0.85
	crown	0.90 0.75

Lager de Milwaukee	Doz.	Brl.
Miller High Life Pts Brl		12.50
Miller Extrait Malt Pts Brl	8 doz.	2.00 15.60

Porter Anglais	Qrts	Pts	Splits
W. E. Johnson & Co	2.40	1.50	1.00
Compass Brand	2.40	1.50	1.00
Bière Anglaise	Qrts	Pts	Splits
W. E. Johnson & Co	2.40	1.50	1.00

Scotch Whisky	
Mitchell Bros.	
Finest Old Scotch Qrts 12s	12.50
White Star Qrts 12s	10.50
Ex. Sp. Liqueur, Qrts 12s	9.50

Special Reserve Dew Qrts 12s	9.00
Grey Beard Stone Jars 6 au gall.	10.00
Grey Beard Stone Jars 4 au gall.	13.00
Heather Dew Qrts 12s	8.00
Mullmore Qrts 12s	6.50
Robert Dale Qrts 12s	5.00
Scotland's Pride Qrts 12s	4.50

Scotch en Futs	Gall.
Mitchell	3.50 5.00
Irish Whisky	
Mitchell & Co., Ltd.	

Cruiskeen Lawn, Ord. Qrts.	8.50
Cruiskeen Lawn, Imp. Qrts	12.50
Cruiskeen Lawn, 4s au gall.	13.00
Old Irish, Ord. Qrts	6.00
Old Irish, Imp. Qrts	10.00

Rhums	c/s 12	c/s 24	c/s 48½
	Qrts.	Pts.	Splits
J. W. Turner	7.00	8.00	9.00
Mendoza & Cie	5.00	6.00	
Norton & King	4.50	32 Falsks	5.75

Sauternes A. Delor & Cie.	c/s 12	c/s 24
	Gall.	Gall.
Graves	4.00	5.00
Sauterne	4.50	5.50
Barsac	6.00	7.00
Haut Sauterne	8.00	9.00
Château Iquem 1895	21.00	

Petite Grave ½ Barrique	1.10
Sauterne ½ Barrique	1.20
Vins Sherry	Pts. Qrts.
Diez Hermanos	
Consacrar Pontifical Qrts	15.00
Favorito Qrts	12.00 11.00
Amontillado Qrts	9.50
Consacrar Pureza Qrts	8.50
Olorozo Qrts	8.00
Vino Para Consacrar Qrts	7.00
Solariego 1807 Qrts	25.00
En futs	1.20 à 6.00 par gall.

Vin de Port	c/s
Rheal Campanhia Vinicola	
Minerva	8.00
Braganza	10.00
King Emmanuel	10.00
Doctor's Special	11.50
Garcia Hijos	8.50
Manuel Tosta	6.50

Ventura & Cie	4.50
Verdi & Cie	3.50
En futs, \$2.25 à \$6.00 le gall.	
Vermouth.	
Cazalis & Pratt (Français) Qrts	5.75
Royal Torino (Italien) . Qrts	5.50

ABSINTHE La cse

Gunpp. Pernod (14)	13.50
------------------------------	-------

AMERS

Levert & Shudel Orange (14) . .	9.00
---------------------------------	------

BIERES

Robert Porter & Co., London, Eng. (14)	
BOURGOGNES BLANCS	

F. Chauvenet (15)	
Montrachet (mar. Guiche)	20.00 10.00
Chablis Supérieur	7.25 8.25
Dufouleur Père & Fils, Nuit, St-Georges, France (14)	
"Chablis," p. cs., 12 qts	9.00
"Meursault," p. cs., 12 qts.	14.50
"Clos Vougeot," p. cs., 12 qts.	21.00

BOURGOGNES ROUGES

F. Chauvenet (15)	
Clos-de-Vougeot	25.50 26.50
Chambertin	18.50 19.50
Romanée	18.50 19.50
Corton (Clos-du-Roi)	15.50 16.50
Nuits	13.00 14.00
Volnay	12.50 13.50
Pommard	11.50 12.50
Beaune	10.00 11.50
Moulin-à-Vent. Mâcon vieux	
Supérieur	9.00 10.00
Beaujolais	7.00 8.00
Mâcon (Choix)	6.50 7.50
Dufouleur Père & Fils, Nuit, St-Georges, France (14)	

"Macon," p. cs., 12 qts.	7.50
"Beaujolais," p. cs., 12 qts.	8.00
"Moulin à Vent," p. cs., 12 qts.	8.50
"Beaune," p. cs., 12 qts.	9.50
"Nuits," p. cs., 12 qts.	11.00
"Volnay," p. cs., 12 qts.	11.50
"Pommard," p. cs., 12 qts.	12.00
"Corton," p. cs., 12 qts.	14.50
"Chambertin," p. cs., 12 qts.	16.50
"Clos Vougeot," p. cs., 12 qts.	21.00

F. Chauvenet-Sparkling	
Red Cap	22.00 24.00
Pink Cap	22.00 24.00
White Cap	22.00 24.00

CHAMPAGNES

Deutz & Gelderman (14) Bout. ½ Bout.	
Extra sec, Vintage 1904.	33.00 35.00
Brut, Vintage 1904.	33.00 35.00
Gratien & Meyer (14)	Bt. ½ Bt.
Caisses ou paniers	12.00 14.00
G. Rosset & Cie (14)	
Extra sec, Vintage 1904.	18.00 20.00

CLARETS

Bordeaux Claret Co. (14)	
Côtes	3.50 4.50
Bon Paysan	3.60 4.60
Bon Bourgeois	4.00 5.00
St-Julien	4.50 5.50
Château Brûlé	5.00 6.00
St-Estèphe	7.00 8.00
Pontet Canet	9.00 10.00

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co. (14) La cse	
Manhattan, Martini, Tom Gin,	
Vermouth, Gin, Whiskey, Ame-	
rican	9.50

COGNACS

Boutelleau Fils & Cie, Cognac, France (14)
 "Colombe au Rameau d'Or," p. cs., 12 qts. 9.50
 "Colombe au Rameau d'Or," p. cs., 24 demi bouteilles 10.00
 "Colombe au Rameau d'Or," p. cs., 32 fls 10.50
 "Doctor's Special," p. cs., 12 bouteilles 12.00
 "V.O. 1875," p. cs., 12 bouteilles. 13.50
 "V.S.O.P.," 1858, p. cs., 12 bouteilles 18.00
 "V.V.S.O.P.," 1820, p. cs., 12 bouteilles 30.00

Jos. Bremon & Cie, Cognac, France (14)
 Par caisse de 12 pintes 6.50
 Par caisse de 24 flasks 7.50
 Par caisse de 48 demi flasks 8.50

M. Carlat & Cie, Cognac, France (14)
 "Trois Etoiles," p. cs., 12 boutu. 8.00
 "Trois Etoiles," p. cs., 24 demi bouteilles 9.00

Cognac City Distillers' Association, Cognac, France (14)
 "Trois Etoiles," vieux brandy, p. cs., 12 bouteilles 9.50
 "Trois Etoiles," vieux brandy, p. cs., 24 demi bouteilles 10.00
 "Trois Etoiles," vieux brandy, p. cs., 32 flasks 10.50
 "Cachet d'Or," p. cs., 12 longues bouteilles 11.00
 "Doctor's Friend," p. cs., 12 bouteilles 10.50
 "V.O.," vieux brandy fin, p. cs., 12 bouteilles 12.00
 "V.S.O.P.," vieux brandy, fin, p. cs., 12 bouteilles 15.00
 "X.X.O.," vendange 1875, (long cou), p. cs., 12 bouteilles 24.00
 "Special Reserve," vieux de 50 ans, p. cs., 2 bouteilles 36.00

Jimenez & Lamothe (14)
 *** Bout. 11.00
 1865 Liqueur Bout. 18.00
 En fûts 4.50 à 4.75

GINs

Greenlees & Co., London, Eng. (14)
 "London Dry," p. cs., 12 bout. . . 7.50
 "Old Tom," p. cs., 12 bouteilles. 7.50
 "Old Tom" and "London Dry," le gallon, en baril, depuis . . . 2.50

Burnett (15)
 London Dry 7.50
 Old Tom 7.50

Blankenhewm & Nolet's Distillerderij, Rotterdam, Hollande (14)
 "Key Brand," caisses rouges, 15 grandes bouteilles 11.50
 "Key Brand," caisses vertes, 12 bouteilles moyennes 5.50
 "Key Brand," caisses violettes, 24 petites bouteilles 6.00
 "Old Geneva Afrikander," 24 1/2 jars en pierre 13.00
 "Old Geneva Afrikander," 12 jars en pierre 12.00

LIQUEURS FRANÇAISES

Levert & Schudel, "Real Dutch" (14)
 Anisette, p. cs., 12 bouteilles . . 13.50
 Apricot Brandy, p. cs., 12 bout. . . 15.00
 Peach Brandy, p. cs., 12 bout. . . 15.00
 Crème de Menthe, blanche ou

verte, 12 grandes carafes rondes 16.50
 Crème de Menthe, blanche ou verte, 12 grandes carafes carrées 16.50
 Crème de Menthe, blanche ou verte, 12 bouteilles pyramidées. 13.50
 Crème de Cassis, p. cs., 12 bout. 13.50
 Crème de Cacao, p. cs., 12 bout. 13.50
 Curacao, blanc, orange ou topaz, par 12 cruches 13.50
 Kummel, Dutch ou Russe, 12 cruches 13.50
 Kirschwasser, par 12 bouteilles. 13.50
 Maraschino, par 12 bouteilles . . 13.50

H. Odewahn (14)
 Cherry Brandy 12.00

C. Terrand (14)
 La petite Charveuse 18.00 19.00

Lawrence A. Wilson Co., Montréal (14)
 Wilson's Blackberry Brandy, p. caisse 10.50
 "Royal Crown," vieux Blackberry, Brandy Anglais, p. cs. 9.00
 "Hungarian" blackberry brandy, p. cs. 9.00

MOSELLE

H. Sichel Söhne (14)
 Moselle Mousseux
 Muscatel ou Extra Dry 17.50 19.00

OLD TOM & DRY GINS

Greenless & Co. (14)
 Old Tom 7.50
 Sloe 8.50
 London Dry 6.50
 Au gallon 2.50 à 3.00

OPORTO

J. W. Burmester, Oporto, Portugal (14)
 "Royal Port," p. cs., 12 bout. . . 6.00
 "Cruzado," p. cs., 12 bouteilles. 8.00
 "Newfoundland Style," p. cs., 12 bouteilles 11.00
 "Rich Douro," p. cs., 12 bout. 12.00
 "Toreador," p. cs., 12 bouteilles. 13.00
 "Old Crusted," p. cs., 12 bout. 14.00
 "Blue Label Royal," p. cs., 12 bouteilles 18.00
 White port, "Trois Couronnes," p. cs., 12 bouteilles 12.50
 White port, "Perles d'Or," p. cs., 12 bouteilles 9.50

Au gall.
 1 Grappe 2.00 à 2.25
 Diamant T. 2.50 à 2.60
 2 grappes 2.75 à 2.85
 3 grappes 3.00 à 3.10
 4 grappes 3.60 à 3.75
 4 Diamants 3.35 à 3.50
 3 couronnes 4.60 à 4.75

Gonzalez Byass (14) Au gall.
 T. Port Wine 2.50
 Tawny 3.00 à 3.25
 Ruby Dry 4.00 à 4.25

PORTER ANGLAIS

Guinness' (14) Pt. Chop.
 Bull Dog Brand 2.50 1.60
 Bull Dog Brand Nips 1.15

(14)
 Emb. de E. & J. Burke 2.60 1.65

SAUMUR MOUSSEUX
 Bt. 1/2 Bt. 1/2 Bt.
Ackerman-Laurance (15) Bt. 1/2 Bt.
 "Dry-Royal" 15.75 16.75

1/2 Bout. panier doz.;
 paquets de 4 paniers 18.00

SAUTERNES

Union Générale Vinicole des Charentes et de la Gironde (14)
 "Graves," p. cs., 12 bout. 6.00
 "Sauternes," p. cs., 12 bout. . . . 7.00
 "Barsac," p. cs., 12 bout. 8.00
 "Haut Sauternes," p. cs., 12 bout. 10.00
 "Château Yquem," p. cs., 12 bout. 25.00

SHERRIES

Gonzalez, Byass & Cie, Jerez de la Frontera, Espagne (14)
 "Royal," p. cs., 12 bouteilles . . 6.00
 "Favorita," p. cs., 12 bouteilles. 8.00
 "Club," p. cs., 12 bouteilles . . . 10.00
 "Cristina," p. cs., 12 bouteilles . . 11.00
 "Fino," p. cs., 12 bouteilles 11.50
 "Amontillado," p. cs., 12 bout. . . 12.00
 "Idolo," p. cs., 12 bouteilles . . . 12.50
 "Oloroso," p. cs., 12 bouteilles. 13.00
 "Victorioso," p. cs., 12 bouteilles 14.00
 "Jubilee," p. cs., 12 bouteilles . . 15.00
 "Old East India," p. cs., 12 bout. 18.00
 "Monarca," p. cs., 12 bouteilles. 18.00

Au gall

Pendon 2.00
 Claro 2.50
 Giralda 3.00
 Old Brown 3.25
 Fino 3.75
 Amontillado 4.00
 Vino de Pasto 4.00
 Oloroso 4.25
 Las Torres 4.50
 Victorioso 5.50
 Jubilee 6.00

VINS DE MARSALA

Florio & Sicily Gall. Caisse 12 bout.
 Marsala Superior 1.35
 Marsala Virgin 2.25 5.50
 Marsala S. O. M. 2.50 6.00

TARRAGONNES

Carey, Hermanos & Co.
 Vin de messe 1.25 à 2.00

VINS DU RHIN

H. Sichel Sohne, Mayence, Allemagne (14)
 "Laubenheimer" 7.00 8.00
 "Niersteiner" 9.00 10.00
 "Hocheimer" 10.50 11.50
 "Rudesheimer" 13.00 14.00
 "Liebfraumilch" 16.00 17.00
 "Rauenthaler" 20.00 21.00
 "Schloss Johannesberg," p. cs., 12 pintes 30.00
 "Steinwein," p. cs., 12 pintes . . 12.00
 "Sarkling Hock," p. cs., 12 pintes 20.00
 "Zeltinger," p. cs., 12 pintes . . . 7.00
 "Brauneberger," p. cs., 12 pintes 10.00
 "Piesporter," p. cs., 12 pintes . . 10.50
 "Mosenblumchen," p. cs., 12 pts. 12.50
 "Berncastler," étiquette bleue . . 15.00
 "Piesporter Goldtropfchen," p. cs., 12 pintes 18.00
 "Erdner Treppchen," p. cs., 12 pintes 24.00
 "Berncastler Doctor," original, p. cs. 30.00

(A suivre à la page 58.)

Clef à la liste précédente.

Pour trouver l'agent des marchandises cotées plus haut, voyez le numéro après le nom de la marchandise et comparez avec le numéro dans la liste suivante :

8. Hiram, Walker & Sons.
 14. L. A. Wilson Co., Ltd.

15. J. M. Douglas & Co.

16. Jos. E. Seagram.

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

Cigarettes Vafiadis.	Par mille
Odalisque	10s 21.00
Odalisque	50s 21.00
Odalisque	100s 21.00
Extra Fine	10s 25.00
Extra Fine	50s 25.00
Extra Fine	100s 25.00
Bulak	10s 12.00
Cigarettes Egyptiennes	
Maspero	Par mille
No 22 (Ovales)	
En boîtes de 250, \$3.00	12.00
En boîtes de 50, \$0.60	12.00
En boîtes de 100, \$1.20	12.00
No 27 (Ovales) bouts de liège.	
En boîtes de 250, \$4.88	19.50
En boîtes de 50, \$0.98	19.50
En boîtes de 100, \$1.95	19.50
No 29 (Ovales).	
En boîtes de 250, \$5.75	23.00
En boîtes de 50, \$1.15	23.00
En boîtes de 100, \$2.30	23.00
No 31 (Ovales), bouts de liège.	
En boîtes de 250, \$3.00	12.00
En boîtes de 50, \$0.60	12.00
En boîtes de 100, \$1.20	12.00
No 37 (Ovales).	
En boîtes de 250, \$5.00	20.00
En boîtes de 50, \$1.00	20.00
En boîtes de 100, \$2.00	20.00
No 38 (Ovales).	
En boîtes de 500, \$9.75	19.50
En boîtes de 50, \$0.98	19.50
No 39 (Rondes).	
En boîtes de 100, \$2.75	27.50
En boîtes de 50, \$1.38	27.50
No 41 (Rondes).	
En boîtes de 100, \$3.50	35.00
En boîtes de 50, \$1.75	35.00
Spéciales (Ovales).	
En boîtes de 100, \$2.30	23.00
Spéciales pour dames (Rondes).	
En boîtes de 100, \$2.00	20.00
IMPERIAL TOBACCO COMPANY	
OF CANADA, Limited.	
CIGARETTES	Par mille
Richmond Straight Cut No 1, 10s	11.20
Sweet Caporal, en boîtes de 10	8.50
Athlete, boîtes de 10 ou pqts 10s.	8.50
Gold Crest.	
En btes de 20 à coulisse 500	3.33 6.20
Vice Roy (Petits Cigares)	
En btes de 10 à coulisse 500	4.25 8.50
New Light (tout tabac)	8.50
Sub Rosa (tout tabac)	8.50
Le Roy (Petits Cigares)	
En boîtes de 10	8.50
Derby en pqts de 6 (600) 3.93; 10s	6.85
Columbia en btes à coulisse de 10s	11.50
Old Gold, 6 (600) 3.78; 1/10s	6.50
Sweet Sixteen, pqts, 7s, 4.02; 10s	5.95
Mirad. (Turques), bouts en papier	12.25
Hassan (Turques)—	
En boîtes de 10	8.50
Mecca (Turques)—	
En boîtes de 10	8.50
Mogul (Turques) bouts en papier ou en liège	12.25
Dardanelles (Turques) bouts en papier 12.25, en liège ou argent	12.50

Vildiz Magnums, bouts en papier, en liège ou en or. 10s. et 100s.	20.00
Gloria, 7s (700) 4.02; 10s	5.95
Guinea Gold	8.20
Otto de Rose, 10s.	13.00
Bouquet, boîtes à coulisse, 7s. 350; 2.08	5.95
Pall Mall (Egyptiennes)—	
Bouts en liège seulement.	
En boîtes de 70	19.00
Pall Mall (King Size)—	
En boîtes de 10	25.00
Imperial Tobacco Co.'s—	
Imperial A. A.—	
En boîtes plates de 10	47.00
Imperial A. A. 1--	
En boîtes plates de 10	35.00
Mon Plaisir—	
En boîtes de 20	10.75
Old Chum Cigarettes—	
En boîtes de 10	8.20
Egyptian Deities No. 1.	
En btes de 10 à coulisse, 100	2.76 27.00
Egyptian Deities No. 3.	
En btes de 10 à coulisse, 100	2.00 20.00
CIGARETTES DE WILLS	
Three Castles.	Par M.
Btes fer blanc herm. de 50	11.50
Btes fer bl. plates fantaisie de 10	16.00
En cartons de 10	15.50
Three Castles (Gold-tipped).	
En btes fer blanc plates de 50	19.00
En btes fer blanc plates de 10	20.00
Gold Flake.	
En btes fer blanc herm. de 50	13.00
En pqts de 10	13.00
En boîtes à coulisse de 10	13.00
Capstan (Doux).	
En btes fer blanc herm. de 50	12.50
En cartons (avec bouts) de 10	12.00
En cartons de 10	12.50
Capstan (Moyen).	
En cartons de 10	12.50
En btes fer blanc herm. de 50	12.50
En cartons de 10 (avec bouts)	12.50
Wild Woodbine.	
En paquets de 10	12.50
CIGARETTES DE LAMBERT & BUTLER.	
Garrick Mixture.	Par M.
En btes fer-blanc herm. de 50	19.00
En boîtes de 10 rembourrées	19.00
Tabacs à cigarettes.	La lb.
B. C. No 1, pqts, 1/13, btes 5 lbs.	1.10
Puritan, pqts, 1/13, btes 5 lbs.	1.08
Athlete, paquets ou boîtes, 1/13 boîtes 5 lbs.	1.08
Gloria, pqts, 1/13s. btes 5 lbs.	1.08
Southern Straight Cut, paquets, 1/13s, btes 5 lbs.	1.08
Sweet Caporal, pqts 1/14s, btes 2 lbs.	1.17
Harem (Turquie), pqts, 1/16s, boîtes 5 lbs.	1.37
¼ lb. boîte de fer blanc	1.42

Hochfeiner (Turques)—	
1/16 pqts, 5 lbs. boîtes	1.15
Osman (Turquie)—	
1/16 pqts. 5 lbs. boîtes	1.24
Tabacs coupés à fumer.	
Old Chum—	La lb.
En boîtes de fer blanc, ½ lb.	0.91
En boîtes de fer blanc, 1 lb.	0.89
Pqts. 1/11s boîtes 5 lbs.	0.90
En sacs, 1/5s, boîtes 5 lbs.	0.93
Puritan Cut Plug—	
En boîtes de fer blanc, ½ et ¼ lb.	0.92
En boîtes de fer blanc, 1/5s.	1.00
En boîtes de fer blanc, 1 lb.	0.90
Full Dress—	
En btes de fer blanc, 1/5 et ¼ lb.	1.02
Meerschaum—	
Pqts. 1/11s, boîtes 5 lbs.	0.87
En boîtes de fer blanc, ¼ lb.	0.87
En sacs 1/5, boîtes 5 lbs.	0.89
Ritchie's Smoking Mixture—	
Pqts. 1/10s, boîtes 3 lbs.	0.83
Ritchie's Cut Plug—	
Pqts. 1/16s, boîtes 5 lbs.	0.73
Unique—	
Pqts. 1/15s, boîtes 5 lbs.	65
Pqts. 1 lb., boîtes 5 lbs.	0.65
Pqts. ½ lb., boîtes 5 lbs.	0.65
Calabash Mixture—	
1 lb. boîtes en fer blanc, cartons	
2 lbs.	1.20
¼ lb. boîtes en fer blanc, cartons	
2 lbs.	1.20
¼ lb. boîtes en fer blanc, cartons	
2 lbs.	1.25
½ lb. boîtes en fer blanc, cartons	
2 lbs.	1.40
NATIONAL TOBACCO CO., LTD.	
Landry's Light Snuff—	Barillets ou Jarres
Rose No. 1	32
Merise	32
Rose extra	36
Macaba	38
Scoth (pqts 1 lb. et boîtes 5 lbs)	50
Scoth, en jarres de 5 lbs.	52
Houde's Dark Snuff—	
Naturel	33
Rose No. 1	34
Rose & Bean	34
Rose Extra	36
Merise	34
Macaba	41
Scoth en pqtts 1 lb. et btes 5 lbs.	50
Scoth en jarres 5 lbs.	52
Copenhagen—en boîtes 1/12 lb.	90
Velvet, 1/10 bte, cartons, 3 lbs.	1.17
Horseshoe, en boîtes de 1/12 lb.	1.05
Tabacs américains à fumer.	La lb.
Pride of Virginia—	
1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons	1.50
Old English Curve Cut—	
1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons 2½ lbs.	1.35
¼ lb. boîtes en fer blanc (fermeture hermétique)	1.42
Rose Leaf (coupé fin à chiquer)—	
1 oz. torquettes, en 1 lb. durms	1.30

Van Bibber Cut Plug.	
Btes fer bl, 1/10 lb. 2 1/2 lb. cartons	1.50
(1 once ou aromatique)	
Mayo's Cut Plug.	
Paquets 1/10 5 lbs. cartons	1.10
Paterson's Seal—	
1/5 lb. boîtes, cartons 5 lbs.	1.11
Luxedo Granulated Plug—	
1/10 boîtes en fer-blanc, 2 1/2 lbs.	
cartons	1.37
Lucky Strike—	
1/2 btes en fer blanc 3 lb. cartons	1.50
1/5 lb. boîtes en fer blanc, cartons 5 lbs.	1.40
1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons 2 1/2 lbs.	1.50
1/2 lb. boîtes en fer blanc	1.40
1 lb. boîtes en fer blanc	1.40

IMPERIAL TOBACCO COMPANY OF CANADA, Limited.

(Empire Branch)

Tabacs à chiquer

Stag, barres, 5 1/3 à la lb.	0.39
Bobs, 5 et 12, à la lb.	0.39
Pay Roll, barres, 7 1/2s. palettes 7s.	0.59
Club, 6s. et 12s.	0.42
Black Watch, 6s.	0.45
Currency, 6 1/2s. et 12s.	0.39
Empire Navy, barres, 14 oz.	0.53

Tabacs à fumer

Shamrock, 2 x 4. 6s.	0.45
Pedro, barres, 16 oz. 5s.	0.58

Tabacs hachés

Forest & Stream, 10s.	0.80
Great West, (sacs) 8s.	0.59
Regal Cube Cut, btes fer-blanc, 9s.	0.70
Taxi, Crimp Cut, btes fer-blanc, 10s.	0.78

THE B. HOUDE CO., LTD. QUEBEC.

Tabacs coupés à fumer.

Casino—	
pqts 1/8, boîtes 5 lbs.	27

pqts 1/6, boîtes 5 lbs.	24
pqts 1/4 et 1 lb.	20
Carillon (à fumer et à chiquer)	
pqts 1/10 boîtes de 5 lbs.	40
Lion Brand—	
sac papier 1/10, boîtes 5 lbs.	35
Tri-Color—	
boîtes de 1lb.	32
Rainbow—	
pqts 1/9, boîtes 5 lbs.	70
boîtes en fer blanc 1/2 lb.	73
boîtes en fer blanc 1/4 lb.	78
sacs 1/5, boîtes de 5 lbs.	78
Cremo—	
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs.	52
Patriot—	
boîtes en fer blanc de 1 lb.	25
Tabacs Naturels, coupés, à fumer.	
Parfum d'Italie—	
pqts 1/12, boîtes de 5 lbs.	48
Red Cross—	
pqts de 1/10, boîtes de 5 lbs.	40
pqts de 1/2 lb.	40
pqts de 1/7, boîtes de 5 lbs.	55
Rouge et Quesnel—	
pqts 1/10, boîtes de 5 lbs.	38
pqts 1/5, 1/2 et 1 lb.	35
Bellefeuille—	
pqts 1/6, boîtes de 5 lbs.	24
pqts 1/3 lb.	24
pqts de 1 lb.	20
Prairie—	
pqts 1/10, boîtes de 5 lbs.	38
Richelieu—	
1/10 lb.	40
Old Style—	
1/10 lb.	75
Houde's Special—	
Parfum d'Italie, 1/10	40
Senator, 1/10	80
Tabacs à Cigarettes	
Rugby—	
1/9 (boîtes à coulisse), boîtes 5 lbs.	67
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs.	60
pqts 1/2 et 1 lb.	60

Petit Bleu—	
pqts 1/12 et 1/4, boîtes de 5 lbs.	50
pqts 1/2 et 1 lb., sous étain	40
L. L. V.—	
pqts 1/2 lb., sous étain	0.45
pqts 1/12, boîtes de 5 lbs.	0.50
Petit Poucet—	
pqts 1/12, boîtes de 5 lbs.	48
Le Petit Jaune—	
pqts 1/12, boîtes de 5 lbs.	0.48
Calabresse—	
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs.	60
Swoboda—	
boîtes à coulisse 1/9, boîtes de 5 lbs.	64
Carlo—	
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs.	55
Ali Baba—	
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs.	60
btes à coulisse 1/9, btes de 5 lbs.	65
Tabac à chiquer en tablettes	
Spun Roll—	
pqts 1/16, boîtes de 1 lb.	60
Tabac naturel coupé et pressé	
Original—	
pqts 1/2 et 1/4, boîtes de 5 lbs.	60
Tabac Coupé, Tranché, en Palettes.	
Bamboo (Curved Cut)—	
boîtes en fer blanc, 1/10, bts 3 lbs.	75
Caribou—	
boîtes 1/7, boîtes de 5 lbs.	50

CIGARETTES

"Melachrino" Domestiques

Grosneur	Par 1000
No 8—Mince. Bouts unis en 10s,	
50s, 100s	\$12.00
No 9—Bouts en liège en 10s, 50s,	
100s	12.00
Non Plus Ultra—Bouts en liège en	
10s, 50s, 100s	18.50
No 4—Bouts unis en 10s, 50s, 100s	25.00

Demandez le Tabac à Fumer

"RICHELIEU"

Pavillon en Satin dans les Paquets.

Manufacturé par **THE B. HOUDE COMPANY, LIMITED, QUEBEC.**

(Suite de la page 56.)

VINS TONIQUES

Vin Mariani (14)	9.00
Wilson's Invalids' Port (14)	9.00
"Red Heart" (15)	9.00

WHISKEYS AMERICAINS

Cook & Bernheimer (14)	La cse
Bourbon Gold Lion	10.00
Old Valley	Ptes. 11.50
Old Valley	1/2 flasks 16.00

WHISKEYS CANADIENS

Hiram Walker & Sons (8)	La cse
Canadian Club, 5 ans d'âge, Pts 10.00	
Canadian Club	Flasks, 16s. 10.50
Canadian Club	1/2 Flasks, 32s. 11.00
Imperial	Pintes 7.75
Imperial	Flasks, 16s. 8.25
Imperial	1/2 Flasks, 32s. 8.50
Baronial	Pintes 6.25
Baronial	32 Flasks 7.00

THE
"CANADIAN" CLUB
OF
MONTREAL
1892

THE
"CANADIAN" CLUB
OF
MONTREAL

ESTD
1892

GRAND HOTEL
PETITS CIGARES
ROYAL CLUB

Les Petits Cigares sont les plus fins et les plus agréables.
Ils sont faits avec les meilleurs tabacs et les meilleurs ingrédients.
Ils sont le meilleur cadeau que vous pouvez faire.

PETITS CIGARES ROYAL CLUB

Cigares et Tabacs

LES FEMMES DOIVENT-ELLES FUMER ?

Les opinions diffèrent, mais un médecin de la rue Harley, à New-York, dit qu'elles le peuvent si elles le désirent.

Les femmes doivent-elles fumer, et si oui, sous quelle forme peuvent-elles le faire? Ces deux questions sont de nouveau activement discutées comme résultat de la déclaration en Amérique du Dr Boyd Carpenter, chanoine de Westminster, disant qu'il ne voyait aucune objection à l'usage du tabac par les femmes.

L'ancien évêque de Ripon dit: "Si les hommes trouvent du plaisir à fumer, pourquoi ce plaisir serait-il refusé aux femmes?" Et il ajoute que, dans son opinion, la question de fumer pour les femmes, tôt ou tard, s'arrangera d'elle-même automatiquement.

"Les femmes fument", dit la secrétaire d'un club fashionable de femmes au représentant de l'"Evening Standard". Ce n'est plus une question de principe, mais de degré. Je puis dire avec certitude que 80 pour cent de nos membres fument."

Des porte-allumettes et cendriers sont fournis dans la salle à manger, et la salle de lecture est pratiquement un fumoir. Le Dr Boyd Carpenter demande pourquoi, si les hommes trouvent du plaisir à fumer, ce plaisir serait refusé aux femmes? C'est exactement cela. Pourquoi le serait-il?

La pipe ou la cigarette

"Que seuls les hommes peuvent fumer n'est plus qu'une convention occidentale. Les femmes fument dans l'Est; pourquoi pas dans l'Ouest? Les femmes semblent être plus sensées dans l'usage du tabac que les hommes. Rarement elles laissent cette habitude se développer en une manie plus ou moins mécanique, mais réservent la cigarette pour des moments spéciaux, après déjeuner et dîner, et particulièrement avant de se mettre au lit.

"Je ne crois pas que les femmes iront jamais plus loin que la cigarette. Je n'ignore pas que deux éminentes femmes de la haute société fument des cigares, et que les paysannes dans différents pays, l'Irlande, par exemple, fument la pipe, mais ceci ne deviendra jamais une règle générale. Ce n'est pas tant un point physiologique qu'un point esthétique.

"Un instinct naturel rend la cigarette attrayante et la pipe repoussante pour les femmes, de la même façon qu'il semble naturel à une femme de boire du champagne, mais pas une demi-chopine de vin de Porto. Il n'y a aucune raison à ce que les femmes ne puissent faire plusieurs des choses que font les hommes; elles les feront un peu moins robustement selon leur différence de tempérament, c'est tout."

Les meilleures marques

Un médecin de la rue Harley dit qu'il ne voit absolument aucune raison pourquoi l'usage de la cigarette ne deviendrait pas général parmi les femmes. "Les nerfs de la femme sont bien plus aiguisés que ceux des hommes", fait-il remarquer, "mais ils sont aussi bien plus faciles à calmer."

"La cigarette est l'idéal calmant pour les femmes, et, dans le cas d'une patiente très énervée, j'ai trouvé qu'une cigarette prescrite pour certains moments de la journée, était magique pour chasser la fatigue, la nervosité et l'apathie.

"Les médecins prennent de plus en plus l'habitude de la prescrire d'une façon modérée aux patientes nerveuses, et jusqu'à ce moment il ne s'en est suivi que de bons résultats. es cigarettes Turques à celles de Virginie autant qu'elles

"Je crois aussi que les femmes sont sagaces de préférer les cigarettes Turques à celles de Virginie, autant qu'elles les fument en stricte modération. Le peu de narcotique des cigarettes Turques a un effet calmant, ce qui n'est pas toujours produit par le tabac de Virginie. Pour la constante fumeuse de cigarettes, néanmoins, celles de Virginie sont préférables.

"Mais dans mon opinion, la cigarette idéale pour les femmes est la cigarette Russe; elle a un effet tonique autant que calmant — et une concession à la vanité — elle fait briller les yeux. Je suis surpris que la cigarette Russe ne soit pas plus populaire parmi les Anglaises."

Le côté social

"Sur la vaste question de l'esthétique social de fumer pour les femmes, je ne puis parler que comme un "homme ordinaire", et en la regardant en cette qualité, je ne vois rien contre l'esthétique. Les femmes fument beaucoup plus glacieusement que les hommes; cela leur va bien sans nul doute; cela mène à une plus grande intimité dans la conversation, élargit les relations sociales entre les deux sexes, et ceci assurément est des plus désirable.

"La vieille convention par laquelle les dames laissent les hommes à leur tabac et à leur vin, les hommes les rejoignant ensuite au salon où il n'est pas permis de fumer, n'a rien pour le défendre.

"C'était une méthode étroite et imméritée pour les femmes — comme si elles étaient un encombrement à un vrai plaisir, tandis que cela ne faisait aucun bien aux hommes — qui laissés seuls étaient inclinés à en abuser.

"Les femmes sont plus modérées en toutes choses que

UN CIGARE

Qui vous dessillera les yeux.

Les Statistiques montrent que des hommes en proportion considérable ne peuvent pas distinguer le rouge du vert—ils sont atteints de daltonisme et ne le savent pas. Presque toujours un sens de différenciation d'un genre ou d'un autre nous manque. Le cigare "**Concha Fina**" fera voir au fumeur qu'il paie des prix ridicules pour des cigares importés, sans obtenir pour cela un article meilleur.

**Le "CONCHA FINA" Davis (Havane clair),
Est vendu à raison de 3 pour 25c.**

Il s'est acquis une renommée, de l'Atlantique au Pacifique, et sa qualité seule est le secret de son succès remarquable.

S. DAVIS & SONS, LIMITED, MONTREAL
Fabricants des fameux "**NOBLEMEN**", deux pour vingt-cinq cents.



Les Connaisseurs

FUMENT LA

PIPE "PETERSON"

Tous les marchands de tabac soucieux de leur réputation devraient avoir cette marque en magasin.

Seule et unique maison au Canada réparant et fabriquant les pipes et articles de fumeurs en tous genres.

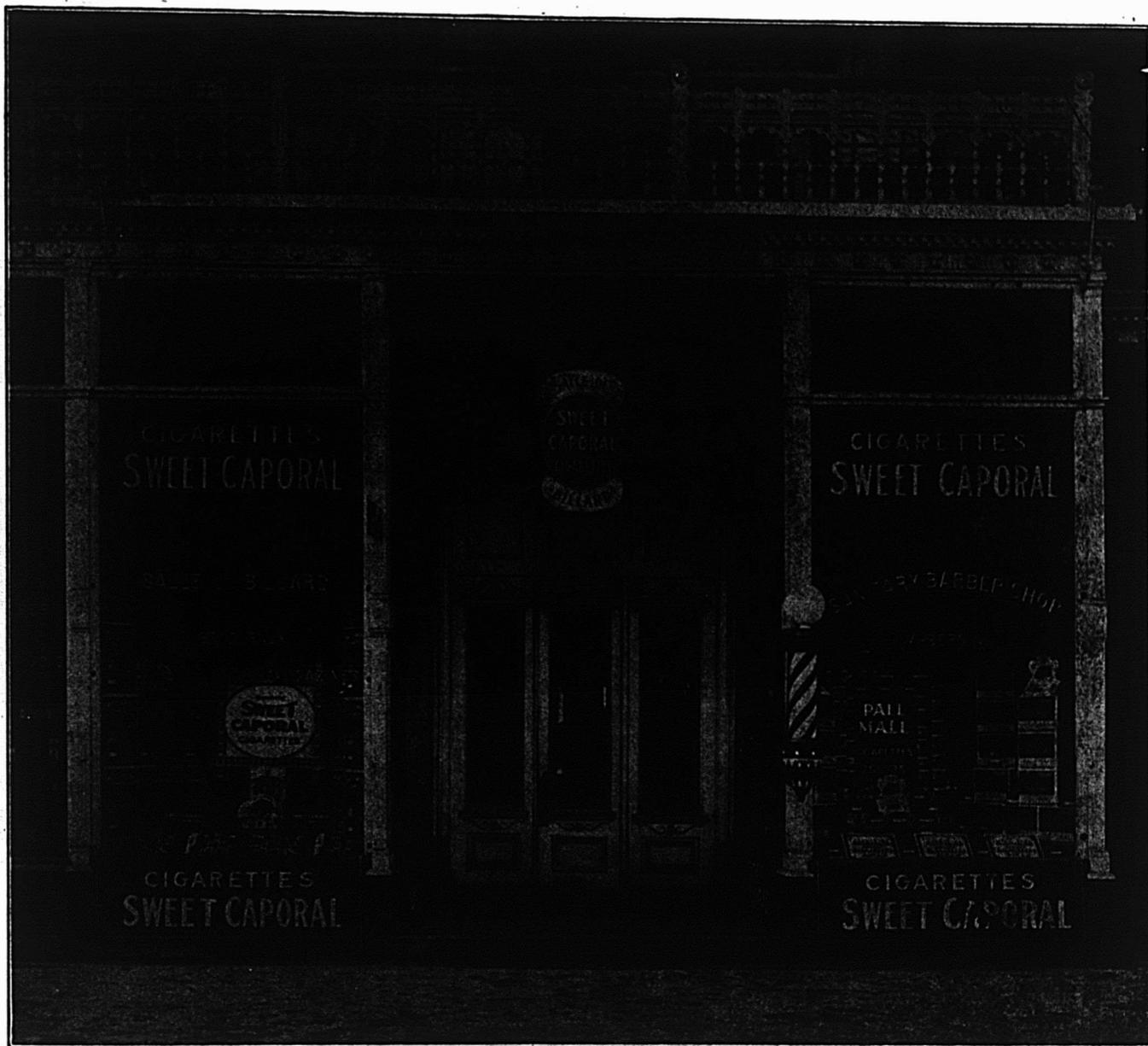
Propriétaires des
MARQUES BIEN CONNUES



Seuls dépositaires des Tabacs et Cigarettes
de la Régie Française.

GENIN TRUDEAU & CIE., Limitée.

22 RUE NOTRE-DAME OUEST, - - MONTREAL.



“ DANS UN BON DISTRICT ”

Sur la rue St-Denis, en face de la rue Cherrier, à Montréal, est situé le magasin de M. M. Bergin, tel que montré dans la vignette. Dans ce voisinage, il y a plusieurs belles résidences de Canadiens-Français qui forment un élément si important dans la vie de Montréal. Dans les vitrines de ce magasin, est étalée une marque de cigarettes très en vogue parmi les fumeurs “select”, et les brillantes boîtes cramoisies font un étalage très chic et efficace.

Les cigarettes “Pall Mall” ont une grande vente dans cette localité.

les hommes, et je le crois parce que les femmes plus généralement boivent du vin et fument modérément, maintenant que l'institution du diner tard Anglais est devenu un si grand plaisir et a amené un esprit plus “galant” en mangeant et buvant ensemble.”

ARTICLES SUPPLEMENTAIRES A TENIR DANS LES DEBITS DE TABACS

Le petit débit de tabac peut, en général, posséder autant de marques de cigares, de tabac, de cigarettes et autres articles

pour fumeurs que le grand; bien que naturellement son stock puisse n'être pas aussi considérable. Par suite, la première chose qu'il a à faire pour vendre ses marchandises, c'est d'attirer le client qui a des moyens. Si dans le magasin où il n'y a qu'un vendeur, on peut attirer les passants, on peut faire des affaires dont le montant donnera à réfléchir à ceux qui ont un grand magasin.

L'emplacement de ce magasin influe beaucoup, cela va de soi, sur la question; plus il est avantageux, plus de gens passent devant et plus il pourra y avoir d'acheteurs parmi ces passants.

Une méthode employée avec succès par bien des marchands c'est de tenir certaines spécialités supplémentaires qui sont pla-

cées là pour attirer le passant d'occasion. Ce à quoi l'on pense le plus vite peut-être et qui rapporte le plus de bénéfices, c'est de tenir des journaux quotidiens et des magazines populaires. D'abord on n'a pas à faire de débours supplémentaires. Les éditeurs sont généralement contents de placer leurs journaux dans ces boutiques; ils reprennent les numéros non vendus et paient une commission au marchand pour ceux qui ont trouvé acquéreurs. Et le journal quotidien est un article courant; celui qui s'habitue à le voir exposé hors de la boutique s'habitue aussi à entrer chez le marchand et à acheter le journal. Tenir les journaux hebdomadaires et les périodiques mensuels, aide aussi à pousser les affaires.

L'avantage de tenir des journaux est que le journal attire l'oeil du client qui a les moyens juste au moment où il est prêt à acheter son cigare du matin ou de l'après-midi, quand il est dans la rue, se rend à l'ouvrage, va prendre son dîner où en revient. Il peut ou ne peut pas avoir de préférence en ce qui concerne l'endroit où il achète son tabac; mais il y a gros à parier qu'entre la boutique où il voit mettre en vente son journal favori, soit en ville, soit dans les environs, et celle où il ne le voit pas, son choix se fixera plutôt sur la première.

La même chose est vraie pour ceux qui tiennent les journaux hebdomadaires et mensuels. Certains de ces journaux sont si populaires que la phrase courante "Tout le monde les lit" traduit presque littéralement la réalité; certaine revue mensuelle est vendue en totalité généralement quelques jours après sa mise en vente. Le marchand de tabac à qui il arrive d'avoir un numéro de reste quand l'un des lecteurs assidus de cette revue entre dans son magasin se fera certainement un ami et ce lecteur pourra devenir un acheteur des marchandises régulières du magasin.

La régularité de la publication de la revue ou du journal est ce qui en fait un auxiliaire si puissant pour le débitant de tabac; car ce qu'il cherche c'est la clientèle régulière ainsi que tous les hommes d'affaires. Le client régulier est celui avec lequel on gagne le plus.

Certains débitants de tabac parlent des ennuis que leur cause la tenue de périodiques; cela n'existe guère que dans leur imagination.

Si le débitant n'a qu'un vendeur, ce vendeur peut s'occuper de la vente de ces périodiques; la boutique où un homme peut se sentir chez lui, s'arrêter un moment pour lire un journal qu'il n'a peut-être pas l'intention d'acheter est la boutique où l'on gardera la clientèle de cet homme tant qu'il pourra fumer une pipe ou un cigare.

Et les occasions de s'assurer une clientèle permanente de ce genre sont plus nombreuses qu'on ne le supposerait. Le nombre des gens qui lisent un certain journal ou une revue régulièrement et qui ne s'y abonnent jamais est surprenant.

Un des principaux marchands de tabac d'une grande ville de l'Ouest Central s'est ainsi créé un commerce profitable au moyen des journaux d'en dehors de la ville et des périodiques généraux, ce qui aide énormément à la vente de ses cigares et de son tabac.

Les journaux qui peut être occuperaient trop de place si on les exposait dans l'avant-boutique seront installés dans l'arrière-boutique; on place les magazines sur une petite table, à proximité du comptoir général où se fait le gros des affaires. De telle sorte que le client qui est entré pour acheter un paquet de cigarettes peut s'arrêter pour acheter un périodique tandis que l'acheteur de périodique se rappellera facilement qu'il a besoin de tabac.

Une bonne ligne de cartes postales, c'est encore un autre auxiliaire, mais pas aussi puissant que la spécialité des journaux et des périodiques, mais qui vaut encore la peine d'être tenue.

Un support tournant ne tient guère de place; il faut que les cartes postales ne paraissent pas défraîchies et démodées.

Le propriétaire d'un débit de tabac populaire d'une ville de l'Ouest a tiré un profit considérable de la vente d'une nouvelle ligne de confiseries, principalement de chocolats. Il annonce que tous les jours il en reçoit une cargaison toute fraîche; que ce soit strictement vrai ou non, il en a tiré un très bon parti.

L'HABITUDE DE LA CIGARETTE

Les Anglais en fument près de 12,000,000,000 par an

Le plus d'affaires qui se feront dans l'avenir dans le commerce du tabac seront avec les cigarettes, dit un expert en la matière. Cet expert, qui est Anglais, en discutant la question sur la présente situation du commerce du tabac et de la perspective d'un tabac meilleur marché, mentionna incidemment que dans son pays on fumait entre 11 et 12,000,000,000 de cigarettes par année. Puis il continua: "On continuera certainement à fumer la pipe dans l'avenir, mais la génération nouvelle est assurément une qui fumera la cigarette. Le plus grand département du commerce du tabac est celui de la cigarette, et la raison n'est pas difficile à trouver. Nous sommes dans une époque industrielle. Les ouvriers sortent souvent pour quelques instants seulement. Ils n'ont pas toujours le temps de fumer une pipe, mais ils ont toujours le temps de tirer quelques bouffées de cigarette. Pour une pipe, il leur faut la bourrer et elle ne peut être éteinte comme on retire le bout allumé d'une cigarette. Pour le tabac à pipe, je répète ce que j'ai souvent dit, que si l'ouvrier savait ce qu'il achète comme tabac à bon marché, il ne fumerait jamais."

Il ajoute plus loin: "Je ne crois pas qu'il y aura une diminution dans le prix du tabac d'ici à quelque temps. Il y a un an, le prix du rose de Virginie haussa entre 30 et 40 pour cent, et la plupart des autres tabacs monta de 15 à 20 pour cent. Le fait que la récolte de l'année fut mauvaise était la cause principale de la hausse; il y eut une grande sécheresse en Virginie, Caroline du Nord et autres districts de plantations de tabac, mais il est trop tôt de prédire que la prochaine récolte sera bonne. Heureusement que plusieurs grandes maisons ont un stock de tabac pouvant durer au moins deux ans et demi. On ne doit jamais employer de tabac qui n'ait pas trois ans, car on sait qu'il requiert ce temps pour bien mûrir."

LA UNITED CIGARS VA ETABLIR DES MAGASINS DANS TOUTE L'EUROPE

M. George J. Whelan, président de la United Cigars, disait le mois dernier à un journal américain: "Notre compagnie a l'intention d'établir son système de magasins non seulement en Grande-Bretagne, mais aussi dans tout le reste de l'Europe. Nous nous attendons éventuellement à établir nos magasins dans tous les centres et villes civilisés du monde."

M. Whelan dit qu'il a un grand espoir dans le succès de cette immense entreprise.

“SOLEIL”

La Marque par excellence de

Conserves Alimentaires Importées

Les conserves “Le Soleil” ont une renommée universelle. Ses usines sont les plus importantes et les mieux outillées dans l'industrie de conserves du monde entier.

Ses produits ont encore toute leur fraîcheur au moment de leur mise en boîtes. L'emballage est fait sur les lieux de culture.

PETITS POIS**PETITS POIS**

Sur-Extra-Fins.

Extra-Fins, Très Fins, Fins, Mi-Fins.

Moyens No. 1. Moyens No. 2. Moyens No. 3.

LEGUMES VARIES

Haricots, Epinards, Artichauts, Asperges, Flageolets, Macedoines, Choux de Bruxelles, etc.

SOUPES VARIEES

Cerfeuil, Oseille, Julienne, Nouvelle ou printanière, Tomates, etc.

EMPAQUETAGE 1913. Assortiment Complet.**EMPAQUETAGE 1914. Prix très bas.**

Nous vous invitons à placer vos commandes maintenant afin de profiter des plus bas prix de la saison et de vous assurer la livraison complète de vos commandes.

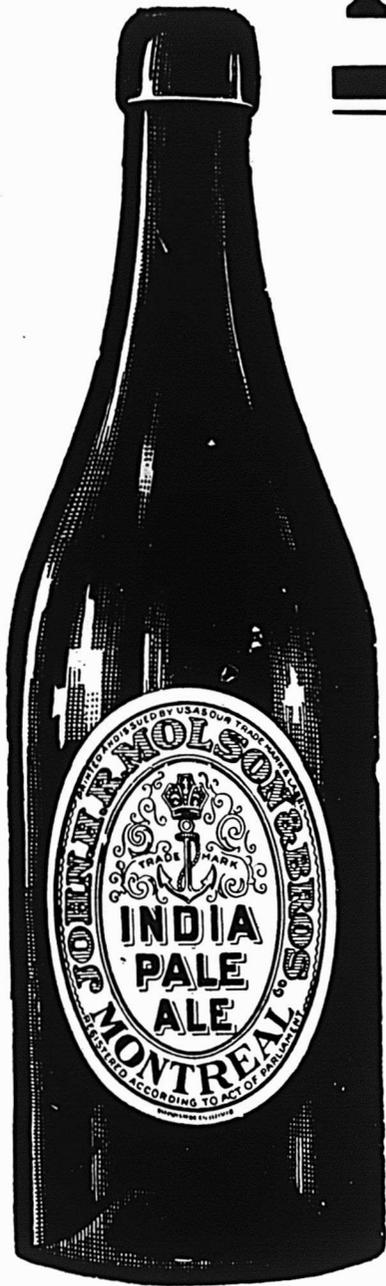
ECRIVEZ, TELEPHONEZ, TELEGRAPHIEZ.**LAPORTE, MARTIN, LIMITEE.****568 RUE ST-PAUL,****MONTREAL.**

TEL. MAIN, 3766,

La Bière Populaire

MOLSON

A. J. DeBray Eccl.
Ecole H. E. C.
Viger et St-Hubert
x E x



Est celle que veut le Con-
sommateur; donnez-la lui.

La vente de cette BIÈRE
excède celle de toutes les
autres marques réunies.

Brassée à Montréal depuis

127 ANS.