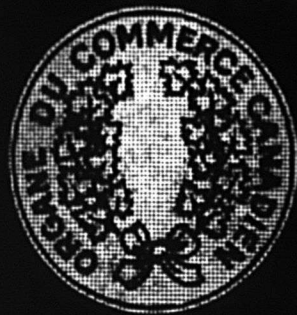


# PRIX COURANT

## JOURNAL DU COMMERCE

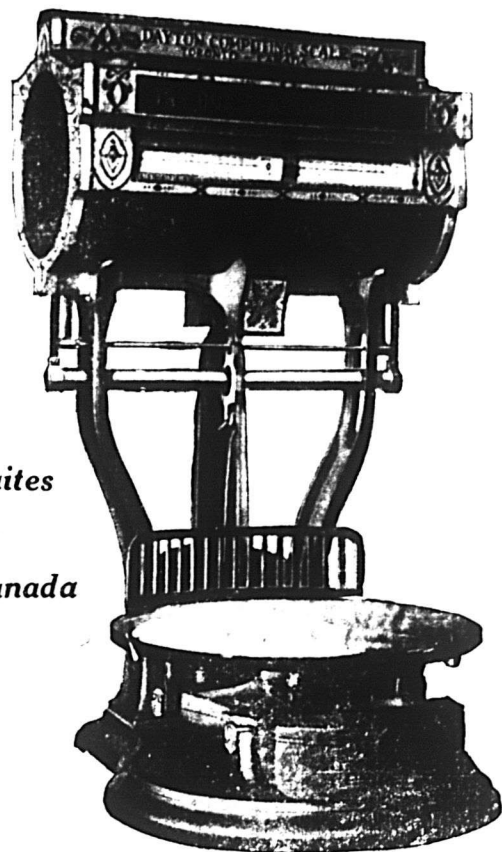


École des Hautes Études  
Commerciales,  
Coin Viger et St-Hubert

ndé en 1887

MONTREAL, vendredi, 21 novembre 1919

Vol. XXXII—No 47



Faites  
au  
Canada

Plus  
d'un  
Million  
en  
Usage!

*" Si c'est une Dayton—elle est correcte. "*

Division des balances, International Business Machines Company, Limited. Siège social et fabrique: 300 Campbell Avenue, Toronto. Bureau à Montréal: 58 rue Notre-Dame Est. Fabricants aussi des Machines à calculer Hollerith et des Enregistreurs de temps International.

Le **CONTRE-FORT** est la fondation même d'une chaussure. A moins qu'il ne soit fort et résistant, vous ne pouvez avoir des chaussures qui conserveront longtemps leur forme.

Les

# CONTREFORTS DE CONFIANCE BENNETT

*TRADE MARK*

assurent une élégance durable et le plus agréable confort à toutes les chaussures.

Vous ne devriez vendre à vos clients que des chaussures munies du **CONTRE-FORT BENNETT**, car il assure leur satisfaction et des ventes répétées pour vous.

Les **MANUFACTURIERS** ne devraient employer que le **CONTRE-FORT BENNETT** pour donner à leurs chaussures une forme, un confort et une durée sortant de l'ordinaire.



## BENNETT LIMITED

FABRICANTS DE  
FOURNITURES  
POUR  
**CHAUSSURES**

CHAMBLY CANTON, P. C.  
CANADA.

BUREAU DES VENTES  
59 rue St-Henri  
Montréal

BUREAU D'ONTARIO  
28 rue King Est  
Kitchener

Faits au Canada par les plus importants manufacturiers de fibre à chaussures de l'Empire Britannique.



## TENEZ-VOUS AU COURANT



**L**E détaillant qui obtient le plus de succès en ce moment, c'est celui qui se tient en relations continues avec toutes les sources d'approvisionnement. Il sait ce qu'il peut avoir avant qu'il soit trop tard pour se le procurer, de sorte qu'il peut tenir ses pointures assorties et écouler son stock facilement. Il peut souvent faire un achat avantageux et l'écculer rapidement, avant que son concurrent, pas aussi bien informé que lui, s'aperçoive de l'occasion qu'il a manquée.

Pour aider le commerce au détail à se tenir au courant des modèles que nous pouvons livrer immédiatement, nous avons inauguré le Système de Catalogue de Stock AHM. Chaque semaine, ou plus souvent si désiré, le détaillant peut recevoir de la succursale AHM la plus rapprochée, des descriptions et des illustrations exactes, avec les prix courants, des lignes qu'elle peut expédier immédiatement. Chaque modèle porte une date étampée, de sorte que vous savez exactement si vous pouvez ou non le recevoir. Et à moins qu'un modèle ne soit en stock en quantité suffisante pour répondre à n'importe quelle demande ordinaire, il n'en sera pas fait mention dans ce catalogue.

Nous sommes certains que cette méthode aidera beaucoup le commerce de détail à se tenir au courant des marchandises que nous pouvons lui fournir immédiatement. Si vous ne recevez pas régulièrement notre Catalogue de Stock, veuillez vous adresser à notre succursale la plus rapprochée.

### AMES HOLDEN McCREADY LIMITED

T. H. RIEDER, président.

*"Cordonniers de la Nation"*

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

# Faites-vous votre part ?

*Tout détaillant contribue partiellement à former l'opinion publique, vis-à-vis du commerce de chaussures. Contribuez-vous à créer l'opinion favorable qu'il faut ?*

Il arriva un jour que le chef d'une grande compagnie de chemin de fer dit, prétendait-on, que le public devrait aller au diable. Qu'il ait dit cela véritablement, ou qu'il ne l'ait pas dit, toujours est-il qu'on crût en général qu'il l'avait dit. A tout événement, les gens pensèrent que c'était bien là ce qu'il avait pu dire, car on se trouvait en un temps où, en général, les affaires se conduisaient plus ou moins sur ce principe. Mais quoique le public put être voué à la damnation, mentalement sinon verbalement, il se refusa obstinément à obéir à cette injonction. Ceux qui ont observé de près les événements pendant ces vingt dernières années savent que l'époque "d'envoyer le public au diable" est du passé et qu'aujourd'hui une entreprise qui veut attendre au succès doit être conduite d'après un principe entièrement différent.

"Se plier au caprice du public" a pris la place de l'invective précitée, et les commerçants de partout publient des faits et des chiffres qui feraient tressaillir dans leur tombe les commerçants de la vieille école. La nouvelle ligne de conduite est une grosse amélioration sur l'ancienne, même si les objurgations et les sollicitations des investigateurs semblent être un fardeau et fatiguer la patience de quelques-uns. Le public a droit d'être renseigné et quelque soit ce qu'on puisse objecter à certaines méthodes suivies, on ne peut condamner le principe lui-même.

En ce moment, le commerce de la chaussure, tout comme la plupart des autres industries qui ont trait aux nécessités de la vie, est sujet à l'examen quant aux raisons qui motivent les prix élevés. L'information concernant les prix de revient et les profits est demandée par les manufacturiers, les marchands de gros et les détaillants. Une grosse publicité est faite sur les poursuites, et l'opinion en est influencée. Trop souvent, les rapports qui atteignent le public sont superficiels, et quelquefois ils sont délibérément colorés ou modifiés de façon à fournir matière à une lecture sensationnelle. Tout membre du commerce de la chaussure est directement et personnellement intéressé dans ce sujet.

**Le public devrait connaître les faits réels.**

Le commerce de la chaussure ne s'oppose pas à ce que le public connaisse les faits. Bien au contraire, il est anxieux que le public connaisse ces faits. Mais ce devrait être les faits véritables, et non des suppositions et des conclusions hâtives.

L'autre jour, par exemple, nous avons remarqué un titre de journal qui se lisait comme suit: "Il admet avoir fait 40% sur ses chaussures", et l'article qui en découlait établissait que le détaillant en question "avait fait" quelquefois un profit de 50% sur certaines sortes de chaussures. D'ailleurs, nulle personne qui s'arrête à songer à la chose ne pensait que le reporter parlait de "prix, marqués" au lieu de "profits" et que toutes les dépenses pour faire marcher le magasin devaient être déduites avant qu'aucun profit ne fût véritablement gagné. Et la plupart des lecteurs des journaux quotidiens connaissent très peu de choses relativement au frais encourus par la tenue d'un magasin de chaussures au détail et le fait demeure dans leur esprit que le détaillant en question avait admis avoir fait un profit outrageusement illégitime.

Le public devrait avoir les faits véritables. Il devrait obtenir ces faits du commerce de chaussures même; de ceux qui peuvent en parler avec autorité, parce qu'ils ont la connaissance approfondie de ce dont ils parlent. Faites-vous votre part de ce travail d'informations au public?

**La meilleure manière de commencer.**

La première personne qui entrera dans votre magasin est la bonne occasion de commencer. Faites en sorte que chaque client qui quitte votre magasin emporte avec lui une meilleure connaissance du commerce de la chaussure. Montrez-lui ce que cela veut dire que de tenir une série de modèles et de pointures pour sa commodité, et ce qu'il en coûte. Faites que vos commis soient bien informés et qu'ils transmettent leurs connaissances au public. Et en dehors de vos heures d'affaires, ne manquez pas de saisir toute occasion qui se présente de pousser cette propagande.

Ce serait une bonne idée que de consacrer une partie de votre espace publicitaire à parler un peu du commerce de la chaussure. Quand vous envoyez une lettre à une liste de clients, incluez-y un paragraphe ou deux d'informations qui suscitent en eux la confiance. Ne criez pas, ne protestez pas trop, dites simplement la vérité aussi gracieusement et de façon aussi plaisante que vous le pourrez.

**Coopérez avec les autres détaillants.**

Rappelez-vous que l'opinion des gens dans toute localité peut être influencée plus facilement par les détaillants de l'endroit que par tout autre chose. Rien ne saurait être plus injurieux qu'un air de m'enfichisme, ou l'attitude du "prenez cela si cela vous plaît ou laissez-le" de

la part du commerçant. Vous pouvez être absolument malade et fatigué d'entendre les gens réclamer sur les prix et nous savons que cela use la patience que d'expliquer toujours et toujours la même chose 40 fois par jour. Mais rien n'est plus important que la même explication, car vos clients sortiront et en parleront à d'autres, et vous aidez ainsi à former une opinion publique favorable chaque fois que vous agissez de la sorte. C'est une idée magnifique que de coopérer avec les autres détaillants à ce sujet et d'échanger des idées. Le boucher, l'épicier, le pharmacien auront des idées qui vous aideront et vous aurez des idées qui les aideront. Vous pouvez être en mesure de lancer une campagne générale pour éduquer votre public, ou vous pouvez ne pas faire plus que de stimuler l'intérêt d'un autre. Mais même cela aidera, parce que vous êtes tous des clients d'un autre. Cela peut faire beaucoup plus que vous ne le pensez que d'expliquer à l'épicier ce que cela signifie que de tenir un stock de largeurs et de pointures, et de montrer au pharmacien que cela coûte plus pour ajuster une chaussure à une personne que pour envelopper une bouteille de médicament.

**Faites comprendre la chose au rédacteur.**

S'il est possible de le faire (et la chose est possible dans la plupart des petites villes), cultivez des relations avec le rédacteur de votre journal local. Parlez de ces choses avec lui et essayez de lui faire comprendre ce que c'est que de faire marcher un magasin de détail dans les conditions actuelles du marché. Assurez-vous qu'il comprend la différence qu'il y a entre la marque du prix au-dessous du coût et le profit brut sur le prix de vente, et la grosse différence qui existe entre cela et le profit net qui vous revient. Montrez-lui que la valeur de remplacement des marchandises doit être considérée quand vous étiquetez les prix. En un mot, donnez-lui autant que vous pouvez le faire une compréhension claire des problèmes du marchand détaillant.

Ceci aura deux résultats. D'abord, cela le rendra plus prudent dans l'impression d'histoires qui sont sensées être du commerce du détail et qui en réalité viennent d'ailleurs. Et en second lieu, cela le disposera à faire quelques commentaires favorables de son propre chef.

Telles sont quelques-unes des matières par lesquelles les détaillants peuvent aider à dire au public la vérité, aidant ainsi le commerce dans son ensemble, tout en se défendant eux-mêmes.

Faites-vous votre part ?

## AMES HOLDEN McCREADY

LIMITED

T. H. RIEDER, président.

*"Cordonniers de la Nation"*

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



## L'Emblème d'un Service Complet

Quels que soient vos besoins en fait de chaussures, le Système AHM de succursales avec stocks est à votre portée avec un *service complet*, pour vous permettre de retirer plus de profits sur chaque dollar de votre capital. Les Succursales AHM avec stocks ne limitent pas leurs affaires aux chaussures de cuir: elles peuvent répondre à tous les besoins ordinaires de n'importe quel détaillant canadien.

**Claques, chaussures en canevas blanc, Chaussures de Tennis et de Récréation, Chaussures en Feutre**

De sorte que le détaillant canadien trouve commodité et profits à faire affaires avec une maison qui peut lui donner et qui lui donnera un service de stock sur lequel il peut compter pour toutes les catégories de chaussures qu'il vend. Plus de 5,000 marchands apprécient déjà l'avantage de ce service.

**AMES HOLDEN McCREADY**  
LIMITED

T. H. RIEDER, président.

*"Cordonniers de la Nation"*

HALIFAX

ST. JOHN  
REGINA

QUEBEC  
SASKATOON

MONTREAL  
CALGARY

OTTAWA  
EDMONTON

TORONTO  
VANCOUVER

WINNIPEG

# QU'EST-CE QUE VAUT UN CLIENT ?

**L'**ACTIF le plus profitable que tout détaillant puisse avoir est le commerce régulier et qui vient à son magasin d'année en année, sans exiger un effort spécial ou une dépense supplémentaire de la part du détaillant. Les clients qui font cela représentent le pain et le beurre quotidiens du commerce de détail ou de tout autre commerce légitime. Aussi étrange que cela puisse paraître, il y a cependant des détaillants qui négligent d'apprécier ce fait et qui laissent sortir une cliente mécontente de leur magasin sans même s'en préoccuper. "Oh, bien", disent-ils avec un haussement d'épaule "qu'elle aille donc ailleurs, elle ne sait pas ce qu'elle veut".

Maintenant, il arrive que quand une cliente mécontente sort du magasin de cette manière, beaucoup de ventes s'en vont avec elle. Voyons si nous pouvons arriver à estimer d'une façon exacte quel montant le marchand perd ainsi. Autrement dit, "combien vaut une cliente ?"

## Supposons—

que vous voulez vendre votre commerce, céder votre commerce à un autre et en retirer le prix! Cela peut sembler une longue digression à notre sujet, mais je ne puis m'en empêcher. Voici ce que nous allons supposer:

Vous êtes sur le point de vous retirer, dis-je, et un acheteur se présente pour votre commerce. Vous examinez l'actif ensemble: Stock, tant; garnitures, tant; comptes à recevoir, tant. Peut-être êtes-vous propriétaire de la bâtisse dans laquelle le magasin est situé et vous ajoutez en conséquence un bon prix. Vous soustrayez le total des comptes et des factures à payer et vous arrivez ainsi très rapidement à quoi? la valeur du commerce? Non, pas du tout. Loin de là. Vous en êtes arrivé à une évaluation assez raisonnable du magasin, sans aucun doute, mais la valeur du commerce est quelque chose de plus.

Le nouvel occupant va recevoir un gros lot en outre d'un magasin bien rempli de stock et d'une balance de comptes. Vous allez lui laisser beaucoup d'autres choses. Il va recevoir et vous allez lui laisser en partant le

résultat de vos années d'efforts dans la localité; de la réputation que vous y avez édifiée, et l'habitude que le public a acquise de faire des affaires avec votre magasin. En d'autres termes, il va recevoir la clientèle de votre commerce — la certitude pratique que les clients réguliers continueront à faire des affaires avec le magasin. C'est là que la valeur des clients intervient.

Maintenant, la clientèle est entièrement intangible. Mais ce n'est pas le moins réel de tous les comptes. Il est vrai que vous ne pouvez placer une mesure sur cette clientèle et en déterminer la grandeur, pas plus que vous ne pouvez mesurer l'effet de l'audition d'un sermon ou d'un opéra. Mais c'est juste la même chose, et il en résulte avec tant de certitude des augmentations de revenus qu'il est d'usage d'exiger un paiement pour cette clientèle. Et chaque client qui est perdu diminue la valeur de la clientèle, de même que chaque client nouveau l'augmente. En matière de faits, la clientèle n'est rien au sens propre du mot, mais c'est l'attitude des clients envers le magasin qui a de la valeur.

## Qu'est-ce que vaut une clientèle ?

Les comptables et les financiers ont fait une étude très sérieuse de la clientèle dans le but de trouver certaines méthodes pour déterminer sa valeur. Ces hommes n'ont pas l'habitude de considérer des valeurs sentimentales et ils perdent très rarement du temps et des efforts pour des choses qui ne leur paraissent pas devoir résulter en profits nets. Plusieurs livres très habiles et très scientifiques ont été écrits sur l'évaluation de la clientèle et encore qu'ils ne se rallient pas tous aux mêmes méthodes, ils sont tous d'accord sur le point que la clientèle est l'actif le plus important qu'un commerce puisse avoir. Il est généralement admis d'ailleurs que dans un commerce de détail qui est fermement établi, la clientèle vaut quand on achète au moins 5 ans de profits nets moyens.

Ce qui signifie, en peu de mots, que quand vous perdez un client régulier 5 années de profits s'en vont avec lui. Pour illustrer à combien peuvent s'évaluer parfois les clients réguliers, laissez-moi citer un exemple qui n'a

rien à faire avec le commerce de la chaussure, mais qui ne diffère pas d'un iota dans le principe essentiel.

Il y a quelque quinze ans, le propriétaire d'une certaine préparation médicale largement annoncée mourut et laissa son commerce à sa veuve. Elle était assez âgée et n'avait nullement l'intention de s'occuper d'autre chose que de son ménage. La publicité fut donc arrêtée, tous les voyageurs furent remerciés, et ce commerce fut voué à mourir de sa mort naturelle, sans la moindre attention pour remplir les ordres qui venaient sans être sollicités.

La maison ne possédait aucun actif physique de quelque ordre que ce soit, si non quelques meubles de bureau et la formule du remède. Il n'y avait jamais eu d'usine. Les marchandises étaient manufacturées par des chimistes en gros du dehors, et la plus grande partie était expédiée directement aux pharmaciens détaillants. Le prix du remède au public était de 5c, 10c et 25c, de sorte qu'il était nécessaire de faire un volume d'affaires considérable pour réaliser un profit.

Il y a trois ans, je vis le bilan annuel de cette maison. Pendant plus de dix ans, pas une ligne de publicité n'avait été faite, pas un voyageur n'avait été sur la route, pas un seul détaillant ou marchand de gros n'avait été sollicité. Et cependant, les profits nets de la compagnie pour l'année étaient bien au-dessus de \$30,000.

Qu'est-ce qui avait fait ce profit ? La clientèle. Les clients réguliers. Ceux qui avaient essayé le remède l'avaient trouvé efficace et l'avaient dit à leurs amis. Lentement et sûrement le commerce s'éteignait, mais l'armée des clients réguliers était encore assez considérable pour réaliser des profits de \$30,000 sans qu'on ait même sollicité un achat de 5c.

Un an plus tard on offrait à la veuve \$250,000 en argent pour son commerce, soit \$50 pour les meubles de bureau et \$249,950 pour la valeur des clients réguliers.

C'est un exemple sortant de l'ordinaire, c'est évident. Mais ne soyez pas trop prompt à conclure qu'ils ne se rattache pas au commerce de la chaussure au détail. La même chose se produit chaque jour dans votre magasin sur une petite échelle.

## AMES HOLDEN McCREADY

LIMITED

T. H. RIEDER, président.

"Cordonniers de la Nation"

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

# PRENEZ VOTRE PART DU COMMECE DE NOEL, CETTE ANNEE

A l'occasion de Noël, beaucoup d'argent sera dépensé cette année --- beaucoup de profits seront faits. Mais combien de ces profits iront au marchand de chaussures?

La part de ces profits qui ira au marchand de chaussures dépendra en grande partie de l'effort qu'il fera pour l'avoir. Plusieurs de vos clients se demandent actuellement: "Quel cadeau vais-je donner à Un Tel?". Parlez-leur des avantages qu'il y a à donner des chaussures comme étrennes.

Faites-leur remarquer que des chaussures sont un cadeau qui sera doublement apprécié --- pour le plaisir qu'elles donnent et pour leur utilité. Mettez en évidence dans vos vitrines les lignes les mieux appropriées pour cadeaux, et attirez l'attention sur elles au moyen d'une ou deux jolies pancartes.

Tâchez que vos vitrines répondent au problème que doit résoudre presque tout le monde: "Que vais-je acheter pour...?" Etalez des chaussures pour le bébé, la jeune fille qui va scuvent en soirée, sans oublier la grand'maman. Si vous vendez des bas, n'oubliez pas de les mettre en étalage, avec vos boucles et vos ornements de souliers.

Un petit effort de votre part en ce sens se traduira par des profits supplémentaires avec votre commerce à l'occasion de Noël. Nombre de gens ne pensent pas aux chaussures comme cadeau très approprié. Faites-leur penser à donner ce cadeau utile. Beaucoup de gens encore sont sous l'impression qu'il est difficile d'avoir une chaussure d'un bon ajustement. Dites-leur que ce n'est pas un problème difficile à résoudre chez vous.

Une bonne partie de cet argent supplémentaire dépensé à Noël vous appartient de droit. Voyez à l'avoir.



## AMES HOLDEN McCREADY

LIMITED

T. H. RIEDER, président.

*"Cordonniers de la Nation"*

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

# “ PANTHER ”

**D**ES Semelles Panther en composition garanties sont faites d'après une combinaison secrète d'ingrédients. Ce sont des semelles qui durent plus longtemps que celles faites du meilleur cuir. Les piqûres des Semelles Panther en composition garanties ne se défont jamais.

Les talons Panther sont dignes d'aller de pair avec les Semelles en composition.

## Panther Rubber Co.

LIMITED

Sherbrooke, Qué.







# Une Marque Distinctive

Pour l'ouvrier, l'employé, comme pour le commerçant, l'industriel ou le rentier et leur famille, la chaussure de la marque YAMASKA est un article qui se distingue des autres et qu'il reconnaît à première vue tant par la forme que par le confort et la solidité qu'il a déjà été à même d'apprécier.

La chaussure Yamaska fait sa marque dans les familles, elle est connue à l'égal d'un produit d'épicerie renommé, et c'est risquer de perdre une clientèle que d'essayer d'y substituer une chaussure dite "toute aussi bonne."

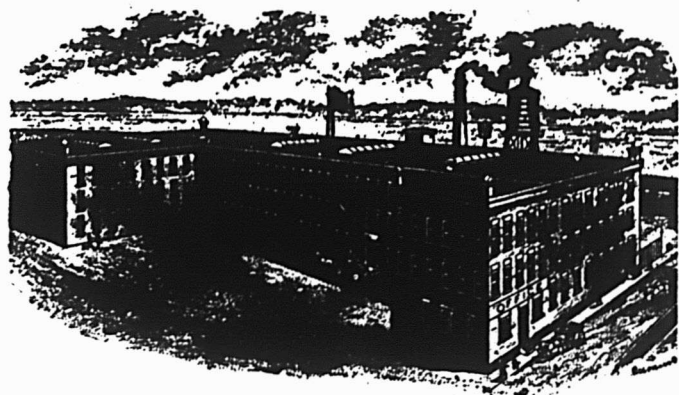
Le pourquoi de cet attachement au produit de notre manufacture est facile à expliquer. Depuis plus d'un demi-siècle, nous nous efforçons, au sein même de la Province de Québec, de fabriquer une chaussure qui soit perfectionnée continuellement et qui réponde aux goûts et besoins de la population de notre Province. Il ne faut pas chercher ailleurs le secret du succès de la

## CHAUSSURE YAMASKA

*Manufacturée par*

**La Cie J.A. & M. COTE**

**St-Hyacinthe, P. Q.**



# CE QUE LES AUTRES MARCHANDS PENSENT DES SEMELLES NEOLIN

## THOMAS SCARFE

Réparations de chaussures fines.

Halifax, N.E., 26 février 1919.

54 Cobourg Road.

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

Messieurs,

Ces deux ou trois dernières années, j'ai suivi avec intérêt les progrès faits par les Semelles Neolin. J'ai également employé certaines semelles en fibre que leurs fabricants prétendaient aussi bonnes que les Neolin. Finalement, je décidai de faire une comparaison.

J'aime mieux coudre la Neolin que les semelles en fibre ou en cuir, vu que je puis mieux tendre mon fil et faire mes piqûres plus serrées. La Neolin est facile à couper et le bord se fait bien droit.

Quant à la demande de la part du public, je me suis convaincu hors de tout doute que la Neolin est la semelle que l'on acceptera de préférence à n'importe quelle autre. Par suite, j'ai constaté qu'il était de mon intérêt de prendre en stock la Neolin et de l'offrir à ma clientèle, me rendant compte que je lui donne une valeur qui m'assure des clients réguliers et satisfaits.

J'espère que cette lettre va vous intéresser.

Votre tout dévoué,

(Signé) THOS. SCARFE.

## Nombre de modèles de chaussures sont munis des semelles NEOLIN

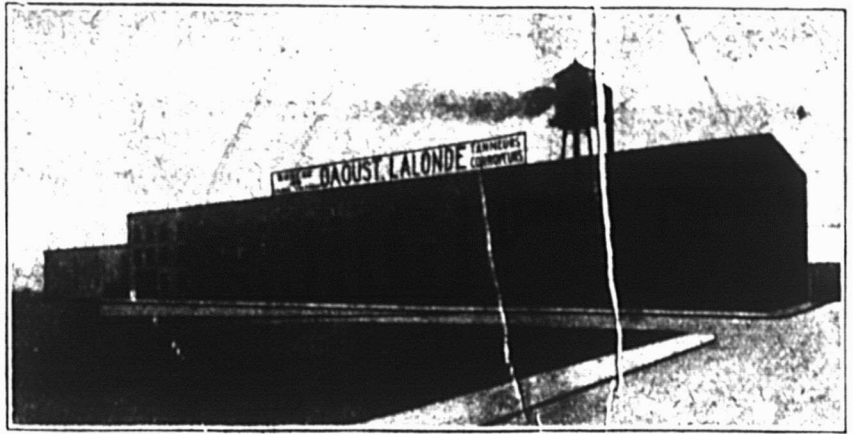
Supposons que vous n'avez qu'un seul numéro de semelle de cuir sur vos tablettes. Combien de vos demandes pour des chaussures avec semelles en cuir pourriez-vous remplir avec un tel stock? Cependant, certains marchands croient qu'ils peuvent juger de la valeur des semelles Neolin pour les ventes après n'avoir pris en stock qu'une

forme de ces semelles. Naturellement, ils ne se rendent pas compte du profit retiré de la demande qui existe pour les Semelles Neolin.

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

# neolin Soles

**Que cherchez-vous ?**  
**Pouvons-nous vous**  
**aider ?**



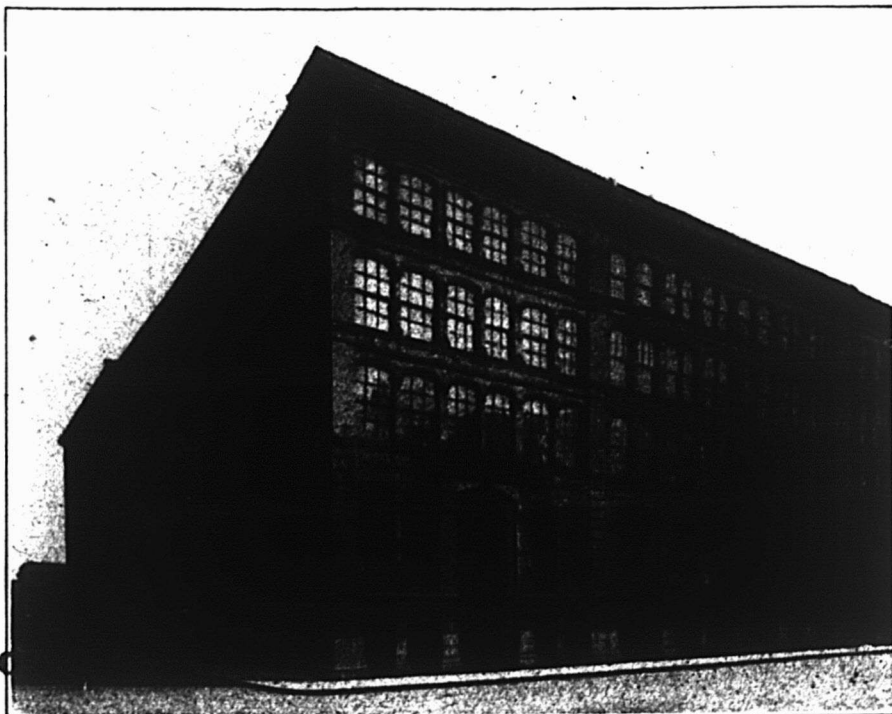
DAOUST, LALONDE & CIE, Limitée, tanneurs et manufacturiers de chaussures s'occupent du commerce domestique et de l'exportation.

Cette compagnie a été établie en 1891, et depuis lors, son commerce s'est étendu par toutes les parties du monde. Ils sont les seuls manufacturiers au Canada possédant leur propre tannerie; par conséquent, vous pouvez compter sur eux pour la livraison des commandes.

Cette compagnie a deux manufactures, l'une s'occupant spécialement de la fabrication de la chaussure de luxe à trépointe GOODYEAR et de la fabrication TURN et McKAY, pour hommes et pour femmes, et l'autre de la fabrication de la chaussure de fatigue à chevilles et à clous.

La chaussure DALACO est au-dessus de toute comparaison pour la qualité et l'élégance. Elle est fabriquée dans une usine munie des machines et d'un outillage des plus modernes; des matériaux de qualité supérieure y sont aussi employés. Par ces faits mêmes, la chaussure DALACO peut répondre à toutes les exigences et elle se vend cependant à des prix à la portée de toutes les bourses.

Faites l'essai d'une paire de chaussures DALACO et vous n'en voudrez jamais porter d'autre.



**Daoust, Lalonde &**  
**Cie, Limitée**

Manufacturiers de chaussures  
 Tanneurs et Corroyeurs.

TANNERIE:

1704, rue Iberville

BUREAU et MANUFACTURE:

45 à 49, Square Victoria.

**MONTREAL,**  
**Canada.**

## C'EST UNE IDÉE DE L'ANCIEN TEMPS

que de croire que le cirage à chaussures ne se vend pas en hiver. Cela n'arrive pas avec le

# CIRAGE A CHAUSSURES "NUGGET"

Ce cirage se vend durant toutes les saisons de l'année. Il conserve le cuir souple, donne un poli luisant, résistant et rend les chaussures imperméables. Il est bon également pour les claques.

Vous pouvez vous en procurer durant tout l'hiver. Il ne gèlera pas.

Donnez votre commande à votre marchand de gros ou écrivez-nous.

**THE NUGGET POLISH CO., Limited,**  
Toronto.

Cuir de côté  
de haute qualité de

# ROBSON

Côté chromé de couleurs  
Côtés Kip Gun Metal  
Côtés Kip Mats  
Grenelé Armée Retan

Côtés vernis chromés  
Côtés Kip Box  
Rennes (couleurs diverses)  
Splits Chrome Ooze

---

*Echantillons fournis avec plaisir*

---

**THE ROBSON LEATHER CO., Limited.**

OSHAWA, Ont.

Montréal

Québec

## Il n'est pas nécessaire

d'acheter vos chaussures en grande quantité pour avoir les meilleurs résultats. Vous n'avez pas à risquer de fortes sommes sur de gros assortiments de lignes dont la vente est incertaine.

## Fiez-vous au Service Robinson

Il vous permet de tenir des stocks COMPLETS de TOUTES les catégories de chaussures sans de grosses réserves. Il vous permet de choisir les MEILLEURES lignes sur le marché, et notre immense stock rend possible non seulement l'exécution d'une commande complète et une livraison prompte, mais encore il vous donne un gros pouvoir d'achat qui veut dire des valeurs sans égales.

*Acheter par l'intermédiaire de Robinson est le moyen sûr de faire un commerce profitable.*

# James Robinson

Montréal

## LE SECRET D'UNE BONNE CHAUSSURE SE TROUVE DANS SON CONTRE-FORT



Le Contre-fort en fibre, fait au Canada de D. & P.

Les bonnes chaussures finissent par user, mais vous ne devriez pas permettre que vos chaussures ne durent pas plus longtemps que leurs contre-forts.

Le fait que les contre-forts D. & P. ont été constamment employés par les manufacturiers canadiens de chaussures de haute qualité est la preuve de leur qualité recommandable.

Vu que nous prenons un soin tout particulier à nous procurer du matériel de la meilleure qualité et à exiger de nos ouvriers une fabrication impeccable, nous sommes en position de garantir nos produits.

### CONTRE-FORTS EN FIBRE, CUIRS A TIGES, CUIRS A SEMELLES

Nous faisons une spécialité de ces produits. Plusieurs manufacturiers comptent sur nous depuis des années pour leur fournir ce dont ils ont besoin pour leur fabrication.

En dépit de l'incertitude du commerce de la chaussure et du cuir nous avons pu quand même faire des livraisons satisfaisantes. C'est donc dire que nous pouvons remplir vos commandes.

## DUCLÓS & PAYAN

Tannerie et Fabrique: ST-HYACINTHE, Qué.

Bureau des ventes et entrepôt:  
224 RUE LEMOINE, MONTREAL.

ED. R. LEWIS, 21 Scott St., Toronto      RICHARD FRERES, Québec.  
Agent exclusif des ventes pour l'Ontario      Agents vendeurs pour la ville de Québec.



## LA MEILLEURE SUR LA LISTE

Le principal item de votre ASSORTIMENT  
DE CHAUSSURES pour 1920 devrait être  
des

## WELTS TETRAULT

Vous constaterez que ce sont les chaussures  
qui se vendront le mieux.

Le choix que cette ligne de chaussures offre  
comprend des modèles, un ajustement, une  
valeur et un service durable qui feront l'ob-  
jet des plus grands éloges de la part d'une  
foule d'acheteurs de chaussures dans tout  
le pays.

Et chaque paire de WELTS TETRAULT  
donne à vos clients un si bon service que  
vous pouvez toujours compter sur des ven-  
tes répétées.

Faites des CHAUSSURES TETRAULT  
votre ligne principale pour 1920.

La Chaussure Welt qui sert de modèle au Canada

### Tetrault Shoe Manufacturing Co., Limited

*Les plus grands fabricants de chaussures du Canada et les plus grands  
exportateurs de chaussures du Canada.*

Paris, France      MONTREAL      Londres, Angleterre

**CETTE GRANDE DOUBLE PAGE** 

ayant coûté **\$10,000.00**

**A PARU DANS LE "SATURDAY EVENING POST"**

du 15 novembre pour attirer l'attention

**SUR LA SEMAINE DE DEMONSTRATION**

**NATIONALE DES APPAREILS DU DR. SCHOLL**

du 17 au 22 novembre 1919

Cette annonce, la plus grande et la plus dispendieuse de toutes celles qui ont été publiées jusqu'ici pour cette ligne ou une ligne similaire, est tout simplement le point culminant de la campagne de publicité nationale faite à l'occasion de cette semaine de démonstration. Le succès de cette démonstration a été extraordinaire — des milliers de marchands ont fait des démonstrations dans leurs magasins durant toute la semaine, et des demandes de la part d'un grand nombre d'autres marchands qui voulaient y prendre part ont littéralement afflué à notre bureau.

Si vous n'avez pas pris vos arrangements pour avoir un pédicure pratique, vous y gagneriez à vous inscrire ou à inscrire un employé intelligent pour le Cours Pratique de Pédicure que l'on peut suivre chez soi. Ce cours est donné par la American School of Practipedics, et nous avons conclu des arrangements pour vous le faire suivre gratis. Il n'est pas trop tard pour s'inscrire et avec un peu de travail vous pourrez compléter votre cours à temps. Même si vous ne le terminez pas, ce sera encore mieux que de ne pas le suivre du tout. Ne perdez pas une minute. Envoyez votre inscription **AUJOURD'HUI MEME!**

**THE SCHOLL MFG. CO.**

*Les plus grands fabricants du monde de spécialités pour le confort du pied.*

112 Adelaide St. E., Toronto

New-York

Chicago

Londres



THE SATURDAY EVENING POST

November 14, 1919



For tired, aching feet

Dr. Scholl's Foot-Eater eases the feet, body and nerves. A simple, scientific appliance worn inside the shoe that distributes and equalizes the weight of the body. It gives a springy support to the arch, relieves tired, aching feet, cramped toes and weak arches, and prevents "flat foot." Dr. Scholl's Foot-Eaters are made in sizes for men, women and children.

There is a Dr. Scholl appliance or remedy for every form of foot trouble.

Sold by Shoe and Department Stores everywhere

Dr. Scholl's Demonstration

THE SATURDAY EVENING POST

Find out this week how to have comfortable feet

Whatever your trouble it can be relieved

If you are one of the millions of persons who are suffering from foot troubles, you'll be interested in the week of November 17-22!

For months twelve thousand shoe dealers and department stores throughout the United States and Canada have been making special preparations for this week! For months, Dr. Wm. M. Scholl, the internationally known authority on foot troubles, has been co-operating with these dealers in preparing for this one week! Together, they have been working to make it mark the beginning of a new standard of foot comfort service—a service for all who suffer from foot troubles, with the character of a specialist's help, yet available to the millions,—a service that should seek first to relieve, then to correct the cause of the wrong condition;—indeed, a new standard of foot comfort service.

To this ideal the experience of a specialist's life-time has been given, to it the community interest of twelve thousand merchants has been added.

Today a nation wide organization is ready!

If you have any foot trouble, go to the nearest shoe dealer in your town that carries Dr. Scholl's Foot Comfort Appliances and Remedies. There you will find a graduate Practitioner—a foot expert trained in Dr. Scholl's methods—who understands your foot troubles. He will demonstrate to you the scientific way of giving them relief and correction. As always, this demonstration is free.

Find out, this week, while shoe dealers and department stores everywhere are making a special effort to serve you, how you can have comfortable feet!

The Scholl Mfg. Co., 213 W. Schiller St., Chicago, 339 Broadway, New York City, and 112 Adelaide St., E., Toronto, Canada

Week Nov. 17th to 22nd

RELIEZ VOTRE MAGASIN A CETTE PUBLICITE ET RETIREZ-EN DES PROFITS

Cette publicité veut dire une superbe occasion pour vous. Profitez-en pour pousser la vente des appareils du Dr Scholl. Grâce à la grande publicité que nous faisons actuellement, la vente de ces appareils est facile et vous laisse un substantiel profit.

Si vous ne vendez pas ces appareils, vous pouvez vous les procurer immédiatement. Adressez-nous le coupon ci-dessous et nous vous ferons parvenir tous les renseignements dont vous pouvez avoir besoin au sujet de la proposition que nous avons à vous faire. Ne différez pas. Faites-nous parvenir le coupon le plus tôt possible!

GRATIS Coupon donnant droit à de la matière publicitaire.

Clichés pour annonces dans les journaux.

Matériel pour étalages de vitrine.

Plaques de projection avec nom.

Manuel

Circulaires imprimées.

Veillez m'expédier immédiatement l'item de gauche que j'ai marqué d'une croix.

Nom .....

No et rue .....

Ville ..... Province .....

# NA-VAR-LAC

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

## Spécialités NA-VAR-LAC pour Chaussures

Vernis émail blanc pur ou gris pour chaussures en canevas.

Vernis-filler pour première couche.

Dissolvant-nettoyeur.

Vernis émail pour finis brillants français.

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

*Livraison prompte --- Qualité Garantie.*

*Les plus bas prix.*

**FAITS AU CANADA**

Par une compagnie essentiellement canadienne

**NATIONAL VARNISH COMPANY OF CANADA**

Fabriques et laboratoires: 369 rue Craig ouest.

Bureaux: 120 rue St-Jacques,

**MONTREAL**

**C'EST LE TEMPS  
DE PLACER VOS  
COMMANDES DE  
CHAUSSURES**



En dépit de l'incertitude du marché, nous sommes en position de répondre à tous vos besoins avec des lignes qui vous donneront satisfaction sous tous rapports.

Nos chaussures sont reconnues partout pour leur élégance et leur qualité durable — aussi leur vente est très facile.

Nous avons préparé un catalogue qui facilitera votre choix. Nous nous ferons un plaisir de vous l'envoyer sur demande.

# The Slater Shoe

(La véritable Slater)

# THE BREITHAUPT LEATHER CO., LTD.

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

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

**CUIR A SEMELLES**

EN

**HEMLOCK, UNION ET OAK**

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

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

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

Tanneries à: Kitchener, Penetang, Hastings, Woodstock.

Bureau principal: Kitchener.

H. O. McDOWELL

H. N. LINCOLN

## INTERNATIONAL SUPPLY CO.

Importateurs  
Manufacturiers



"Jobbers"  
Agents vendeurs

Succursale de l'Est:  
401 EDIFICE CORISTINE  
Montréal.

**MACHINERIE CREPINS ET  
ACCESSOIRES de FABRIQUES de**

**CHAUSSURES**

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

**REPRESENTANTS:**

American Lacing Hook Co., Waltham, Mass. Crochets à lacets et machines pour fixer les crochets.

Armour Sand Paper Works, Chicago, Ill. Tissu et papier Crystolon pour frapper et dégraisser.

Boston Leather Stain Co., Boston, Mass.

Encres, teintures, cires, etc., Blanchiment Cyclone.

The Ceroxylon Co., Boston, Mass. Ceroxylon, la cire liquide parfaite.

Renforcement de contre-fort et attache-talon Staytite.

Dean Chase Co., Boston, Mass. Articles pour chaussures, fil de coton.

The Ls. G. Freeman Co., Cincinnati, O. Machinerie à chaussures.

Hazen Brown Co. Brockton, Mass. Bouts rapportés imperméables, Gomme, ciment à caoutchouc.

Lynn Wood Heel Co., Keene, N.H. Talons en bois et blocs pour emporte-pièce.

Markem Machine Co., Boston, Mass. Machines à marquer et frapper, composés, encres.

M. H. Merrlam & Co., Boston, Mass. Machines à coudre, à arrêter, etc.

Puritan Mfg. Co., Boston, Mass. Machines à coudre avec fil ciré. Procédé Poole pour fausses semelles Goodyear.

The S. M. Supplies Co., Accessoires de fabriques, Aiguilles, etc.

J. Spaulding & Sons Co., N. Rochester, N.H. Contre-forts garantis en fibre, fausses semelles en fibre.

The Textile Mfg. Co. Toronto, Ont.

Lacets à chaussures.

United Stay Co., Cambridge, Mass. Cuir et imitation de cuir, Trépointe, etc.



**POUR VOUS AIDER  
A VENDRE PLUS DE**



# **CLAQUES COLUMBUS**

des annonces sont dans le moment publiées dans

“La Presse”

“Le Journal de l’Agriculture”

“Le Soleil”

Le “Family Herald” et le “Weekly Star”

Le “Telegraph” et le “Times Star”, de St. John, N. B.

Le “Herald & Mail”, d’Halifax

et le “Journal” d’Ottawa.

Prenez votre part de la demande que crée cette publicité.  
D’attrayantes cartes de magasin sont expédiées par la poste  
aux marchands. Avertissez-nous si vous ne recevez pas les  
vôtres. Ecrivez pour avoir notre catalogue et notre liste de  
prix.

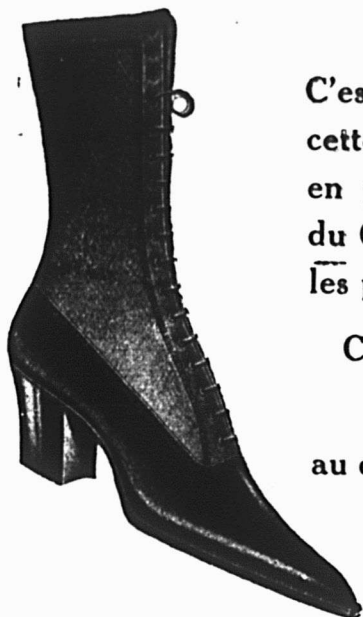
**THE COLUMBUS RUBBER COMPANY OF MONTREAL, LTD**

1349 rue De Montigny Est, MONTREAL

Succursales à Montréal, Ottawa, Winnipeg, Calgary.

# THE PERTH SHOE COMPANY LIMITED

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



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

**CHAUSSURES FINES POUR  
FEMMES**

au coût le plus bas possible.



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

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

# The Perth Shoe Company

LIMITED

PERTH, ONTARIO

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

## ENVOYEZ VOTRE COMMANDE MAINTENANT

Les chaussures en canevas de la Marque "Outing" ont donné au public une satisfaction si ininterrompue l'an dernier, que cette ligne devrait être la favorite de tous les détaillants. Les marchands se font un bon renom lorsqu'ils vendent des marchandises donnant satisfaction, et pour les chaussures en canevas, la ligne qui donne un bon nom— celle dont il faut surtout pousser la vente, c'est la marque

**"Outing"**

Nos voyageurs sont actuellement sur la route. Préparez une longue liste, car il est toujours moins satisfaisant pour vous d'avoir à placer des commandes supplémentaires plus tard dans la saison.



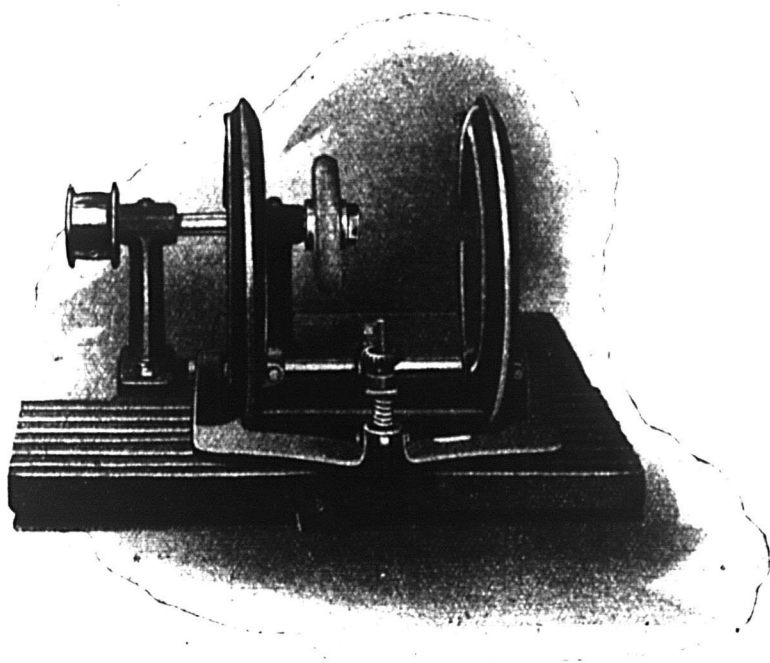
### Distributeurs pour la Province de Québec:

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

## Gutta Percha & Rubber, Limited

Siège social et fabrique: TORONTO.

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



Aiguseur de patins USM

## **FAITES DES PROFITS SUPPLEMENTAIRES**

durant les

## **MOIS DE L'HIVER**

**Il y a beaucoup d'argent à faire durant la morte saison du travail des réparations de chaussures.**

Vous ne sauriez vous passer d'une de ces machines. C'EST LE TEMPS de placer votre commande pour pouvoir recevoir votre machine et bien la connaître avant que la presse de la saison de l'aiguisage des patins commence.

**Cet aiguseur de patins peut être fixé à presque tous les appareils pour réparations de chaussures.**

**Ecrivez-nous pour plus de renseignements.**

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

avenue Bennet      MONTREAL      227 rue Craig ouest

TORONTO  
90 Adelaide Street West

KITCHENER  
179 King Street West

QUEBEC  
18 rue Demers



## FAITES UN COMMERCE PROFITABLE



Si vous prenez en stock les chaussures GERMAIN votre assortiment ne dormira pas sur vos tablettes.

Vos clients ne tarderont pas à reconnaître le service et la durée que donnent les chaussures GERMAIN.

Et vous savez que des chaussures DURABLES et RESISTANTES assurent des ventes répétées.

Nous faisons une spécialité des *chaussures pour enfants* et seul un spécialiste peut donner à ces chaussures la *qualité* et la *robustesse* qui assurent une *entière satisfaction* aux parents.

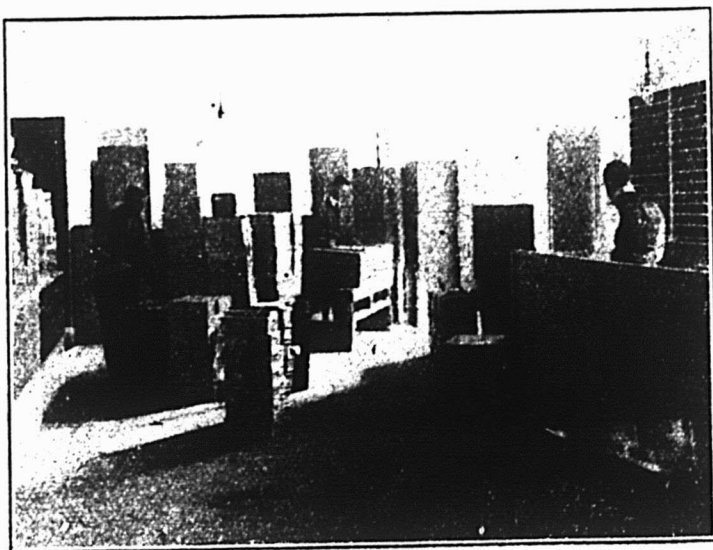
Outre ces avantages importants, nos prix vous laissent un *profit substantiel*.

UNE COMMANDE D'ESSAI VOUS CONVAINCRA

### LOUIS GERMAIN

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

251 rue Christophe-Colomb, Montréal.



Un coin de notre département d'expédition.

## Anticipez vos Besoins

Si vous avez besoin de claques, de feutres ou de guêtres pour le mois de décembre, envoyez vos commandes dès maintenant.

*Une attention spéciale est donnée aux commandes par la poste.*

## LA MAISON GIROUARD LIMITEE

CHAUSSURES EN GROS

SAINT-HYACINTHE, P. Q.



**L**E procédé Vulco-Unit fera ressortir les lignes de n'importe quelle forme jusqu'au plus petit détail et assurera la permanence absolue de la forme du bout—pouvant résister à l'usage le plus dur. L'humidité et la transpiration ne pourront le pénétrer.

Le Bout rapporté Vulco-Unit prouvera sa valeur en assurant le style, l'économie et la durée à chaque paire de chaussures qui en est munie.

## Beckwith Box Toe Limited

Sherbrooke, Qué., Canada.

## CHAUSSURES POUR ENFANTS

Pour répondre aux demandes du "jobber"

Notre production comprend une ligne complète de McKays pour bébés et enfants et nous venons d'y ajouter une ligne nouvelle pour fillettes. Nous nous ferons un plaisir de vous faire voir des échantillons de nos formes les plus populaires et de vous donner nos meilleures cotations.



Vous êtes invités à venir visiter notre fabrique munie d'un outillage moderne et de toutes les facilités pour manufacturer un produit de première classe. Vous constaterez qu'elle est dirigée par des hommes ayant plusieurs années d'expérience pratique — d'où la garantie d'une qualité recommandable.

## CHILDRENS SHOE MFG. CO.,

REG'D

11 rue Belleau

QUEBEC, P.Q.

## Notre échantillonnage pour le printemps 1920 est prêt

Nos modèles sont plus jolis et plus élégants que jamais. Vous y trouverez exactement les chaussures qui répondront à tous les besoins de votre clientèle—quelque difficile qu'elle soit.

Nos voyageurs sont sur la route. Attendez leur visite. Si vous n'êtes pas du nombre de nos clients vous auriez tout à y gagner à communiquer avec nous et nous vous enverrons un représentant qui vous fera voir la ligne de



## CHAUSSURES ET DE SOULIERS DE FEMMES

la plus profitable pour vous. Cette ligne vous donnera non seulement un *substantiel profit*, mais elle vous *conservera* vos clients et vous en donnera de *nouveaux*.

Nous livrons nos marchandises rapidement et nous vous promettons entière satisfaction.

**LA COMPAGNIE  
DE CHAUSSURES**

**LA RENA**

*Angle des rue Ernest et 3ème Avenue, Maisonneuve.*

## Nos Trois Produits "PERFECT"

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

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

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

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

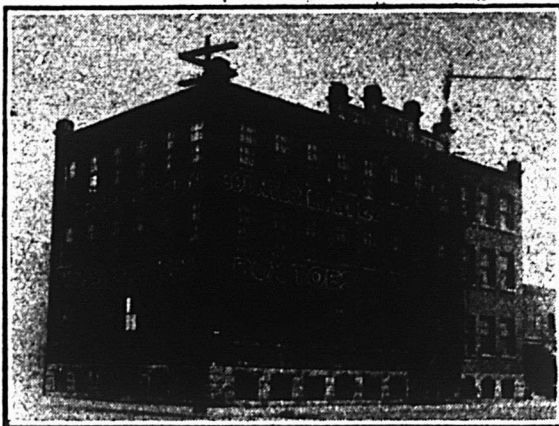
Notre Toile à fausses-semelles "Perfect" donne de la souplesse à la bottine, en outre elle est imperméable. Elle est bien supérieure à la fausse-semelle en fibre et se travaille avec beaucoup plus de facilité dans la fabrication de la chaussure.

Les marchands-détaillants de chaussures devraient tous exiger les chaussures munies de fausses-semelles faites avec notre toile "Perfect". Notre produit est au moins l'égal du cuir pour la durée et le dépasse en souplesse et en élasticité.

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

# PERFECT

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



## Perfection Counter, Limited

699 Avenue Letourneux,  
(Coin Ernest)

MONTREAL.

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

Prenez en stock les

## CHAUSSURES FINES MCKAY POUR DAMES

faites par la fabrique



L'élégance de leurs modèles, leur qualité résistante, le confort qu'elles donnent plairont sûrement à votre clientèle, quelque difficile qu'elle soit, et les ventes répétées que vous ferez vous récompenseront de la sagesse que vous avez eue de pousser la vente de ces chaussures. En dépit de la hausse générale de la matière, nous pouvons vous offrir des prix qui rendront vos ventes faciles tout en vous laissant une bonne marge de profits.

Pour plus de renseignements, écrivez-nous aujourd'hui même.

### THE LADY BELLE SHOE COMPANY, LIMITED

Fabricants de chaussures fines McKay pour femmes

KITCHENER, - - Ontario.

# JOS. TANGUAY

Fabricant de Chaussures

122 RUE ST-DOMINIQUE, QUEBEC

est à votre disposition pour toute commande que vous voudrez bien lui confier.

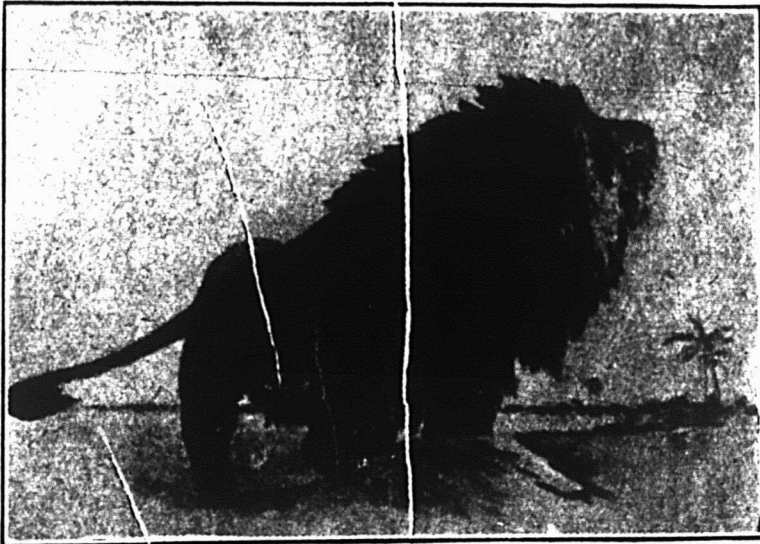
Chaussures fabriquées sur commande seulement, et telles que vous les désirez, dans la meilleure qualité moyenne, cousues à la machine, piquées, vissées ou à clous, pour hommes, garçons, femmes, filles et enfants.

**DEMANDEZ DES PRIX, ils vous intéresseront.**

# M. LE MANUFACTURIER !

Savez-vous que l'étiquette ou les dessins de l'emballage de quelques-uns des produits en paquets et en conserve les plus populaires au Canada ont été entièrement ou en partie faits par nous? Pourquoi ne pas nous permettre de vous aider à placer l'emballage de votre produit sur la liste des articles de vente facile?

Nous faisons un métier de faire le dessin placé sur des cartons et des paquets qui ne sont pas simplement des emballages, mais une superbe annonce donnant des profits continuels. Nous donnons à nos dessins un attrait qui attire l'attention du public acheteur et provoque une demande de renseignements.



Nous savons que nous pouvons améliorer votre emballage de façon à ce qu'il vous donne de meilleurs résultats. Ecrivez-nous aujourd'hui même et fournissez-nous l'occasion de vous être utiles.

**THE STANDARD  
LITHOGRAPHIC CO'Y  
OF CANADA  
LIMITED.**

Beau travail en couleurs  
28 Temperance Street,  
TORONTO, CANADA.

## LA ST-HYACINTHE SOFT SOLE SHOE CO.

DEVIENT LA

### A. A. COTE & FILS, Limitée

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

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

**MEILLEURES CHAUSSURES COUSUES  
McKAY ET VISSEES STANDARD**

qui puissent supporter le plus rude usage.

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

### A. A. COTE & FILS, Limitée

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

ST-HYACINTHE, P. Q.

Si vous éprouvez  
quelque embarras  
dans vos achats

**CONSULTEZ**

les Annonces du

**PRIX COURANT**

et écrivez aux  
annonceurs



**RELIEZ VOTRE MAGASIN**

aux

**CLAQUES**

du

**DOMINION RUBBER SYSTEM**

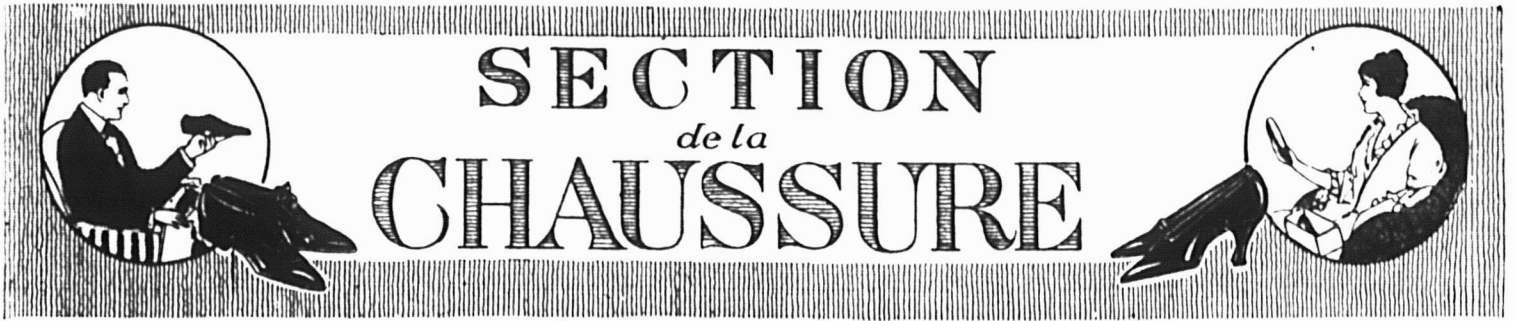
De grandes annonces énumérant les avantages des produits de confiance du Dominion sont publiées dans les principaux quotidiens et magazines d'une océan à l'autre.

De grands placards nouveaux sont placés sur les clôtures. Que vous vendiez les marques de claques "Jacques Cartier", "Merchants", "Maple Leaf", "Dominion", "Granby" ou "Daisy", vous pouvez bénéficier de toute cette publicité.

Reliez votre magasin à la publicité du Dominion Rubber System. Mettez en évidence dans vos étalages de vitrines les claques du Dominion Rubber System. Etalez dans votre magasin nos superbes cartes d'étalage. Suggérez à chaque client qui achète une paire de chaussures que vous pouvez lui vendre des claques d'une forme et d'un modèle appropriés exactement à ces chaussures.

Vous pouvez avoir un service satisfaisant des

SUCCURSALES DE SERVICE DU DOMINION RUBBER SYSTEM situées à Halifax, Saint-Jean, Qué., Montréal, Ottawa, Belleville, Toronto, Hamilton, Brantford, London, Kitchener, North Bay, Fort William, Winnipeg, Brandon, Régina, Saskatoon, Edmonton, Calgary, Lethbridge, Vancouver et Victoria.



Vol. II

MONTREAL, NOVEMBRE 1919.

No 12.

## LA SITUATION DES MARCHANDISES DE PRINTEMPS

Les voyageurs sont actuellement sur la route pour prendre des ordres pour le printemps. Dans bien des cas, il y a eu des augmentations de prix qui ont peut-être placé les détaillants dans un cruel embarras, car ils se demandaient si les clients ne se révolteraient pas contre une nouvelle hausse. Cependant les conditions du marché des cuirs ne semblent laisser aucun doute sur ce qui va se passer. La plupart des fabricants produisent leurs chaussures en se basant sur le prix du cuir commandé à des cours bien au-dessous du marché actuel. Un des plus grands manufacturiers de chaussures pour dames faisait remarquer dernièrement qu'il payait en moyenne \$1.25 pour le chevreau. S'il avait dû renouveler ses ordres aujourd'hui il aurait dû payer de \$1.50 à \$1.60. Le prix des semelles de cuir est basé sur le cours des peaux d'il y a plusieurs mois et il serait impossible de les obtenir aujourd'hui à ce prix. Les tanneurs déclarent qu'il serait impossible de maintenir les cours d'aujourd'hui pour les bonnes qualités étant donné le prix actuel des peaux. Le problème de la main-d'oeuvre n'est nulle part près d'être réglé, on réclame toujours une diminution des heures de travail et une augmentation de salaires. Les usines ont les plus grandes difficultés pour se procurer la main-d'oeuvre suffisante pour leurs besoins normaux. La demande de main-d'oeuvre est grande partout. Tous ces éléments réunis indiquent d'une façon certaine que, bien que nous ayons atteint un point près du maximum, il se passera encore un certain temps avant que nous ne puissions espérer voir revenir les prix à un niveau plus normal.

## BENEFICES BRUTS

Le point saillant qui ressort des enquêtes faites par la Commission du Commerce semble être que cette commission ne considère absolument que les bénéfices brutes. Il est absolument ridicule pour un groupe de gens soi-disant intelligents de supposer que l'examen du gros total des bénéfices bruts de

n'importe quel commerce du monde puisse leur indiquer s'il y a exagération de bénéfices ou non. Considérer seulement le prix d'achat et le prix de vente, que ce soit pour une maison de gros ou pour un magasin de détail, ne nous mène à rien. La Commission du Commerce a dernièrement refusé d'entendre un détaillant qui cherchait à lui expliquer les frais considérables qui devaient être déduits afin de déterminer le bénéfice net. En fait, l'attitude généralement prise par la Commission jusqu'à ce jour semble être de vouloir ignorer des choses comme le loyer du magasin, le salaire des employés, les assurances, les intérêts, les taxes, le chauffage, l'éclairage, les frais de correspondance, de transport, les mauvaises créances etc...

Cette commission a encore prouvé son manque de sens commercial en annonçant sa détermination de démasquer tout commerçant ou "jobber" qui marque ses marchandises en stock aux cours actuels. La commission veut-elle suggérer quelque moyen qui permette aux marchands de se protéger contre les lourdes pertes que peut entraîner une baisse des cours s'ils ne prévoient pas une telle possibilité à l'avance?

Le moins que l'on puisse dire sur la façon dont cette commission conduit ses enquêtes, c'est qu'elle trompe le public et qu'elle est injuste pour le fabricant comme pour le détaillant. On emploie des chiffres dénaturés pour appuyer une théorie préconçue et pour démontrer que les fabricants et les marchands font des profits exagérés. Le mot profit est pris en mauvaise part et semble vouloir désigner une taxe illégitime prélevée sur le public par le marchand au lieu d'être ce qu'il est en réalité, c'est-à-dire simplement ce à quoi le marchand a droit pour son temps, son habileté et son expérience, l'emploi de son capital et le risque de perdre tout ce qu'il possède, comme le cas se présente pour des milliers de commerçants chaque année.

## MOYEN DE METTRE UN FREIN A L'ENTHOUSIASME POUR LES COMMANDES PAR LA POSTE.

Voici une petite histoire qui a circulé pour montrer comment un détaillant a prouvé à ses clients le peu de sécurité et le peu de

chance de satisfaction que pouvait procurer l'achat de marchandises commandées par la poste. Un fermier entre un jour dans un magasin pour acheter une grosse paire de bottes de travail et après avoir marchandé pendant quelque temps, finit par dire: "Pourquoi irais-je vous donner \$8.00 pour cette paire de bottes quand je peux les avoir de la ville pour \$6.00". "Mais, réplique le marchand, je puis aussi vous en donner une paire dans les mêmes conditions". Et le marchand présenta au fermier la boîte dans laquelle les chaussures étaient arrivées. "C'est très bien, dit le fermier, ouvrez-les et laissez-moi les voir". "Non, répliqua le marchand, ces chaussures resteront dans leur boîtes jusqu'à ce qu'elles soient vendues. N'est-ce pas exactement la façon dont vous achetez lorsque vous vous adressez à une maison expédiant ses commandes par la poste? Ne payez vous pas avant d'avoir ouvert la boîte? Je vais vous vendre ces chaussures dans les mêmes conditions. N'est-ce pas juste?"

Le client ne peut manquer de comprendre la leçon et tout détaillant qui prend la peine de commander une paire de chaussures par la poste et de la garder sans l'ouvrir pour faire cette démonstration, peut faire là un bon placement. Nous allons même plus loin et nous suggérons de prendre cette idée pour base d'un étalage qui montrerait d'une façon évidente les avantages d'acheter chez le marchand local pour obtenir des chaussures confortables et bien ajustées.

---

### IL FAUT S'ATTIRER LA CONFIANCE

N'est-ce pas une satisfaction de voir que le vendeur admet que vous faites mieux de ne pas acheter ce qu'il a cherché à vous vendre. Vous êtes mieux disposé en sa faveur et en faveur du magasin qu'il représente; vous êtes bien plus satisfait que s'il avait insisté pour faire la vente, car vous saviez parfaitement qu'il ne pensait pas du tout ce qu'il essayait de vous faire croire. Il est bien certain que vous aurez beaucoup plus de confiance dans ce vendeur et dans ce magasin à la prochaine occasion.

Il est vrai que le magasin a perdu un client, pour cette fois. Mais ne vaut-il pas beaucoup mieux perdre ce client temporairement que de faire une vente qui vous retirerait la confiance du client et vous ferait une mauvaise réclame.

---

### CHAUSSURES ET PSYCHOLOGIE

Un voyageur vend un lot de chaussures de fantaisie à M. X... établi dans une petite ville. Puis il traverse la rue et va chez M. Y... le concurrent de X... et prend une commande des mêmes poin-

tures dans le même modèle de chaussures. M. X... a acheté parce qu'il supposait que M. Y... allait acheter, et M. Y... a acheté parce qu'il savait que M. X... avait acheté. C'est certainement ainsi que le voyageur les a eus tous les deux.

M. X... met ses chaussures en vitrine et les marque \$10.00 suivant le conseil du voyageur. M. Y... méconnaissant ce conseil ne les marque que \$8.50. Les dames viennent à passer, délibèrent, examinent et achètent. Mais X... qui avait marqué ses chaussures plus cher, fait une nouvelle commande au bout de deux semaines tandis que le stock de Y... reste en magasin pendant toute la saison.

Autre exemple: Un détaillant d'une petite ville de 2,000 habitants dont les meilleurs clients d'avant-guerre se contentaient d'une paire de chaussures de \$4.50, se décide à acheter une douzaine de paires pour détailler à \$12.00. Lorsque les chaussures arrivent, il hésite et est tenté de les marquer seulement à \$10.00, ce qui lui laisserait encore un certain bénéfice. Mais pour se conformer au conseil du vendeur, ce qu'il ne fait qu'avec peur et en tremblant, il fait une belle étiquette: "\$12.00 seulement". A son grand étonnement les douze paires furent enlevées par des clients satisfaits en moins de 3 jours et bien que dans l'intervalle les chaussures eussent encore augmenté, il doubla sa commande originale.

Tout ceci prouve que si vous marquez vos marchandises trop bon marché, tout comme si vous les marquez trop cher, le public pense qu'il doit y avoir quelque chose de louche.

---

### ETALAGE A DROITE

Dans un journal, comme le savent d'ailleurs tous les annonceurs, il y a des espaces de préférence aussi bien pour les nouvelles importantes que pour les annonces. Presque tout le monde est porté à regarder à droite. Aussi les places à droite sont-elles préférées. Le journaliste est ordinairement d'avis que l'extrémité droite de sa page est la meilleure, le milieu vient ensuite et en troisième lieu le côté gauche. Le même raisonnement peut s'appliquer aux étalages. Nous pouvons affirmer que la vitrine qui se trouve à droite de l'entrée a plus de valeur que celle de gauche et que les marchandises exposées dans la partie droite de la vitrine attireront plus l'attention que celles exposées au milieu ou à l'extrémité gauche. Il y a là quelque chose en dehors des suggestions ordinaires de l'étalage et qui vaut la peine d'être essayé. Mettez les lignes que vous voulez pousser le plus à droite et voyez le résultat que cela vous procure.



## Notes sur le cuir et la chaussure

L'opinion généralement répandue est que les affaires ont été sérieusement entravées par la fausse impression répandue dans le public qu'il y avait des profits excessifs. Un détaillant qui fait un grand commerce de "famille" se plaint que pendant une couple de semaines après l'enquête de Toronto, ses ventes ont baissé de 25% et tous ceux qui achetaient des chaussures ne manquaient pas de parler de profits exagérés. Lorsque l'on donnait le prix d'une chaussure ordinaire, le client faisait remarquer que le détaillant avait probablement trois ou quatre dollars de bénéfice sur cette transaction. Il en était arrivé à prendre la peine en montrant les chaussures de dire exactement ce qu'elles lui coûtaient, et à montrer aussi des chaussures qui coûtaient aujourd'hui dans le gros plus cher qu'il ne les vendait. Malgré tout la mauvaise impression était difficile à combattre.

Dans quelques endroits, les cordonniers se sont réunis pour combattre la campagne de calomnie qui ruine leur commerce et ont réussi au moins dans les journaux locaux. Le rapport prêté au Prédent McIlwain de l'Association des marchands de chaussures en gros de l'est des Etats-Unis semble avoir créé autant d'ennui que les rapports de la Commission du Commerce. Le Président Feegan et le Secrétaire Cook, de l'association nationale des détaillants de chaussures du Canada ont pris la peine de télégraphier à Boston pour obtenir un démenti des déclarations attribuées à M. McIlwain ainsi que la publication de ce démenti. Un détaillant d'une de nos grandes villes s'en fut trouver un des journaux de sa localité et le menaça de supprimer sa publicité s'il continuait à publier ces rapports injustifiés sans les contrôler. Il est hors de doute que si tous les détaillants suivaient cet exemple, on trouverait moins de ces rapports ineptes dans la presse. Le Comité de direction de l'association nationale des détaillants de chaussures doit se réunir sous peu pour traiter cette question ainsi que d'autres qui affectent le commerce de détail et il est certain qu'un rapport sera préparé pour être publié qui montrera pleinement la situation des détaillants en ce qui concerne le prix des chaussures.

Une députation comprenant plusieurs manufacturiers importants de cuir et de chaussures s'est présentée dernièrement au Gouvernement et lui a soumis une plainte sur quelques-unes des méthodes du Comité du commerce qui font un tort sérieux injustifié au commerce en général. Elle a fait remarquer que la publication dans la presse quotidienne d'informations privées qui n'avaient aucun rapport direct avec les prix était considérée comme une injustice flagrante et une indignité vis-à-vis de chaque maison. Des termes sévères furent employés pour qualifier les récents rapports d'enquêtes faites

dans les différentes parties du pays et le Gouvernement fut prié de mettre un frein à la tendance qu'avait la "Cour" d'étaler en public ses actes et ce qu'elle se proposait de faire. Le désir de supprimer les bénéfices exagérés était approuvé, mais on faisait remarquer que le moyen le plus juste et le plus satisfaisant pour décider s'il y avait surcharge était de suivre l'article à travers les différentes phases de sa fabrication jusqu'à son arrivée entre les mains du consommateur. La députation désapprouva hautement le personnel du Comité consistant comme de fait de deux avocats et d'un ouvrier et fit ressortir l'avantage d'avoir les intérêts commerciaux convenablement représentés dans ce comité. En ce qui concerne le cuir, les affaires ici et aux Etats-Unis continuent à peu près sur la même base. Le cuir à semelle et à tiges des meilleures qualités sont toujours fermes et en grande demande, bien que dans quelques qualités moins désirables il y ait eu quelques réductions. Les fabricants de chaussures achètent bien mais suivent un programme des plus prudents. Jamais, dans l'histoire du commerce, les stocks entre les mains des manufacturiers n'ont été aussi bas. Les meilleures maisons ont à peine assez de cuir en mains ou à venir pour répondre à leurs besoins des quatre prochains mois. Les tanneurs ne travaillent qu'aux deux tiers de leur rendement par suite de la rareté de la main-d'oeuvre et de la pénurie de la matière première, de sorte qu'il ne semble y avoir que peu d'espoir de voir augmenter les approvisionnements en cas d'une plus grande demande. Les acheteurs de chaussures ont été très prudents depuis 3 ou 4 mois et n'ont guère acheté que ce qu'ils ont actuellement besoin pour l'hiver et le printemps prochains. Il est difficile de voir comment on peut espérer des prix plus bas dans de telles conditions. A tout événement il semble que le commerce des chaussures est dans une situation relativement bonne en ce qui concerne les lignes générales. Pour les articles fins, spécialement le chevreau, le marché continue à monter. Le chevreau de couleur s'est vendu la semaine dernière à New York à \$1.75 le pied et les marchands de cuir prévoient qu'il atteindra \$2.00 avant longtemps. On comprend ce que cela signifie pour les chaussures de dames. Mais les femmes en auront tout de même. Elles veulent des chaussures en cuir cher et elles rendent difficile pour l'acheteur ordinaire de se procurer des chaussures à un prix raisonnable. Un grand fabricant de tissus déclarait dernièrement que ses affaires étaient pratiquement stationnaires. Malgré la tentation créée par le prix et le charme des tissus offerts, la grande demande consistait en cuir des meilleures qualités.

Le marché des peaux domestiques reste pres-

que stationnaire, les tanneurs n'achètent que juste ce qu'il faut pour répondre aux besoins de leur commerce. Les jeunes boeufs du pays sont toujours cotés à 48 cents pour abatage en septembre, ce qui est à peu près le prix demandé et obtenu il y a un mois. Les chamois se vendent à 36 cents et la demande en est quelque peu meilleure qu'il y a deux semaines. Les peaux de veaux sont toujours fermes à \$9.00, \$10.00 et \$11.00 pour les trois pesanteurs. Les peaux de veaux étrangères ne peuvent pratiquement pas s'obtenir. Le marché des peaux sèches est calme, les ventes sont peu nombreuses et clair-semées. Il n'y a cependant pas de faiblesse apparente sur le marché. La grève des débardeurs de New-York a quelque peu compliqué les choses, mais on a reçu assez d'approvisionnements pour pourvoir aux besoins des acheteurs. Les peaux de moutons sont calmes et les prix sans changement. Le marché des peaux de chèvres reste à peu près le même et quoique il semble y avoir beaucoup de peaux en vue; le marché ne se modère pas. La demande européenne est telle qu'elle maintient le marché élevé. Les fabricants de maroquin se tiennent occupés mais sont incapables de travailler à leur plein rendement, ils déclarent qu'il y a relativement peu de peaux brutes qui puissent convenir aux articles de bonne qualité, surtout pour les couleurs. On a beaucoup parlé depuis deux mois d'une baisse des peaux, mais malgré que la saison a été la plus calme de l'année, il ne semble y avoir jusqu'à présent aucun indice d'une diminution dans les prix.

---

#### NOTES SUR LES CHAUSSURES DE CAOUTCHOU

---

Contrairement à toutes les prévisions qui supposaient que beaucoup de marchands avaient conservé de gros stocks de caoutchouc de la dernière saison par suite de la douceur de la température pendant l'hiver 1918-19, c'est le contraire qui semble se produire. Les fabricants rapportent que dès que les temps humides se sont montrés, les ordres de réassortiment sont arrivés en aussi grand nombre que les autres années. Ceci est une bonne indication que la majorité des marchands ont été capables de se débarrasser fort bien de leur stock au printemps dernier.

Les fabricants rapportent qu'ils font encore mieux qu'ils n'avaient expéré dans l'exécution de leurs ordres d'automne. Il y a naturellement quelque retard, mais dans l'ensemble ces retards ne sont pas ce que beaucoup attendaient et les fabricants eux-mêmes sont satisfaits de la manière dont ils activent la production.

Les ordres de chaussures de sport pour cet automne ont dépassé ceux des autres années, ce qui prouve la vogue croissante de ces lignes. "De fait,

dit un fabricant, c'est une question de nécessité si les chaussures ne s'arrêtent pas d'augmenter de prix". Cependant c'est un fait que la popularité de ces articles a augmenté à chaque saison et ils forment maintenant une ligne reconnue dans tout magasin de détail et sont bien connus du public en général. Les modèles qui ont été créés par l'ingéniosité du dessinateur et du coupeur ont beaucoup fait pour rendre ces articles vendables, car il y a maintenant une chaussure pour tous ceux qui désirent porter ce genre de chaussures d'été.

Ces modèles ont également beaucoup du style et du chic des chaussures de cuirs, ce qui permet de les porter sur la rue. Et les fabricants prédisent qu'ils se porteront plus que jamais l'été prochain.

#### Caoutchouc brut

Le prix reste ferme. En fait, on s'attend à ce qu'il atteigne 8 ou 9 cents la livre. Naturellement on se demande pourquoi. Les raisons données sont la grève des débardeurs à New-York. Quelques fabricants se demandent si c'est une raison ou un prétexte. On rapporte aussi que l'énorme demande pour pneumatiques d'autos a obligé les fabricants de ces articles à s'approvisionner largement de matériel brut. Ceci naturellement a eu pour effet de faire hausser les prix.

---

#### UN NOUVEAU RENFORCEMENT DE CONTRE-FORT ET UN ATTACHE-TALON

---

La International Supply Co., de Kitchener et Montréal, a été nommée l'agent canadien de la Staytite Mfg. Co., Rochester N. Y.

Cette manufacture fabrique un renforcement de contre-fort et un attache-talon brevetés, l'invention de Louis Goldstone, un détaillant de chaussures bien connu de Kitchener. Cette plaque est faite de fibre, mise en forme sous une forte pression. Elle est munie d'un bourrelet et elle est introduite dans la chaussure entre la fausse semelle, le contre-fort et la doublure. Cette plaque empêche absolument l'enroulement de la fausse semelle sous l'effet de la transpiration excessive. Les fausses semelles employées actuellement sont si légères qu'elles ne peuvent donner au talon une fondation suffisante ou une base pour les clous, avec le résultat que les talons ne sont pas solides et peuvent s'arracher facilement. Le poids du pied sur le talon et la tension continue de la marche font replier le talon sur le milieu de la chaussure, ce qui n'est pas confortable pour la personne qui porte une semblable chaussure. Tous ces inconvénients sont évités par cette invention simple et peu coûteuse.

## La Mode dans la Chaussure

### STYLES DE PRINTEMPS ET D'ETE POUR DAMES

Les souliers bas dominant. Les souliers à un, deux ou trois oeillets sont incontestablement le plus en faveur et c'est celui à un seul oeillet qui tient la tête. Les colonials viennent en second lieu et les oxfords en troisième lieu. Les souliers à languette petite, moyenne ou grande se font avec des effets d'oeillet ou de courroies aussi bien qu'en modèles unis. On trouve des oxfords dans les modèles "Brogue" exposés par de nombreux fabricants. Ils se font en différents cuirs mais surtout en brun.

Le brun châtaigne semble être la couleur la plus demandée en chevreau ou en veau. En fait cette nuance semble devenir en quelque sorte classique, car elle est une de celles qui sont recommandées sur la carte de couleurs de l'Association des Tanneurs des Etats-Unis. Ensuite vient le brun castor qui est employé dans plusieurs jolies combinaisons. Les couleurs plus pâles, gris, ivoire etc... semblent n'avoir qu'un intérêt passager et ne pas être en aussi grande demande.

Le cuir verni se portera beaucoup, la plupart des fabricants les plus importants font figurer ce cuir dans leur collection d'échantillons. Le chevreau noir se vendra également, mais une opinion assez répandue veut que les articles blancs perdent de leur vogue.

La même tendance générale continue pour que les devants soient plus longs. Le commerçant comme le client ne semblent ni l'un ni l'autre désirer des empeignes plus courtes. Le temps viendra peut-être bientôt où nous retournerons à l'ancien bout rond qui est maintenant si populaire en France et qui est manufacturé par un ou deux fabricants des Etats-Unis, mais la tendance actuelle se porte vers les formes longues et minces de la saison dernière.

La talon Louis XV continue à jouir d'une grande vogue, bien que le talon cubain soit en grande demande et qu'on constate un certain succès pour le talon bébé Louis XV que lance un fabricant de chaussures fines pour dames. Il avertit les détaillants que ceux qui n'auront pas au moins une série de talons bébé Louis s'en repentiront. De l'avis général une chaussure habillée n'est pas ce qu'elle devrait être si elle n'a pas un talon cintré et le talon Louis XV s'est fait une réputation dans ce genre. Cependant le talon bébé Louis XV est un intermédiaire qui combine le confort du talon cubain avec les avantages de l'aspect du talon Louis XV et on en portera beaucoup au printemps prochain.

Les bottines et souliers bohémiens ont un certain regain d'activité aux Etats-Unis et on pense en certains endroits qu'ils auront de nouveau une vogue sensationnelle.

Quelques fabricants déclarent que leurs ventes portent surtout sur les formes basses, et qu'il n'y a pas de grande demande pour les hautes bottines de bonne qualité. Les formes courantes sont toujours portées, mais pour la clientèle de choix tout semble indiquer que c'est le soulier bas qui se portera dès le début de l'année. Les bas de laine, qui deviennent populaires, rendent raisonnable cette prévision.

Les couleurs unies sont de règle pour les formes hautes, noir et brun moyen en chevreau et en veau. On voit quelques combinaisons, mais la demande ne semble pas en être très grande. Quelques modèles ont des tiges en satin et il y de nombreuses nouveautés pour les clientes qui en désirent.

### STYLES DE PRINTEMPS ET D'ETE POUR HOMMES

La principale particularité dans les modèles de printemps pour hommes est l'apparition du genre "Brogue" dans les bottines aussi bien que les souliers et il est plus que certain que ces modèles se vendront très bien pour les jeunes gens. La vogue du "Brogue" semble être due au fait que les soldats retour du front demandent une chaussure plus lourde et plus habillée que ce qu'ils trouvaient en magasin. C'est un style qui naturellement est populaire en Angleterre depuis de nombreuses années et les jeunes gens qui ont été outre-mer semblent l'avoir rapporté avec eux. La grande mode semble comporter toutes sortes de perforations et d'ornements et les fabricants présentent quelques très jolis modèles de forme anglaise. Un "Brogue" a un bout carré large et plat. Ce modèle est fait par un ou deux fabricants de belles chaussures et promet d'avoir quelque popularité.

Le point important, c'est qu'après une trêve de plusieurs années, il y a aujourd'hui quelques modèles nouveaux à montrer dans le rayon pour hommes.

Les couleurs sont plutôt sévères, et les effets à deux tons sont en minorité. Comme pour les chaussures de dames, c'est le brun moyen qui domine. Les teintes très sombres ont fait place aux teintes plus claires. Dans les chaussures noires le gun metal a la première place, ensuite viennent le chevreau noir, le kangorou noir, le veau et le Cordoue. Pour les bottines plus habillées il y a naturellement de nombreux modèles en cuir verni.

On a essayé parfois d'allonger l'empaigne et de lancer les bouts plus pointus, suivant en cela la tendance marquée dans les chaussures pour dames. D'une façon générale, cependant, les formes sont un peu plus large avec l'empaigne plus courte. Les semelles sont épaisses, de même que les tiges. Quelques trépointes contournent le talon. Il me semble pas y avoir de changement dans la hauteur des talons.

Un fabricant dit qu'il est plus que probable qu'au printemps prochain on verra beaucoup de cuir de Russie tan clair et les commandes reçues jusqu'à ce jour indiquent que le noir se vendra bien. Les chaussures de sport en daim blanc avec semelles ivoire se vendront quelque peu.

En général les fabricants ont ajouté plusieurs nouveaux modèles et plusieurs nouvelles formes. Par exemple Dupont et Frère ont deux formes nouvelles, l'une avec le bout pointu "Londres" et le talon bas, l'autre d'une forme droite faite pour la semelle à coussin. Ces articles se font en "blucher" avec tiges en veau de couleur ou en cuir de flanc. La Miner Shoe Company a une couple de nouveaux modèles à bout en veau tan ou noir. Il y a aussi un certain nombre d'échantillons de chaussures tan ou acajou avec bout court ou moyennement rond. Daoust Lalonde a ajouté deux nouveaux modèles aux "Brogues" et chaussures de golf. La Slater Shoe Company a introduit de nombreux effets de "Brogue" et deux nouvelles formes, l'une droite et l'autre avec un bout français. La Regal Shoe Company a cinq nouvelles formes ou modèles et ainsi de suite sur toute la ligne. Ceci suffit à indiquer l'intérêt apporté aux styles pour hommes, ce qui contribuera à faire du printemps prochain une saison particulièrement bonne.

### STYLES DE PRINTEMPS ET D'ETE POUR ENFANTS

La question du style pour les chaussures d'enfants pour la prochaine saison semble venir en second lieu après celle du prix. La difficulté de se procurer la matière première et le prix élevé du cuir semblent avoir été des points assez sérieux pour empêcher les fabricants de songer à introduire quelques nouveaux modèles. Un des plus importants fabricants de chaussures d'enfants du Canada, interviewé dernièrement, déclarait que tout ce qu'il pouvait faire était de maintenir ses lignes établies sur une base satisfaisante. Il serait insensé de créer de nouvelles lignes ou d'essayer de lancer de nouveaux modèles dans les circonstances actuelles. C'est l'attitude prise en général par les fabricants de chaussures d'enfants.

Dans le détail le prix de vente a dû être ré- plus grande, et il y a maintenant beaucoup de fait au minimum, les parents se refusant à accepter toute augmentation. Par suite beaucoup de grands magasins, surtout dans les districts popu-

leux ont cessé de tenir cet article qui est abandonné aux magasins ayant une clientèle de famille et aux magasins de nouveautés.

On a toujours fait de bonnes chaussures pour enfants en Canada et pendant ces dernières années une attention particulière a été apportée au développement de la chaussure faite sur des formes orthopédiques ou naturelles. Ceci a été fait pour toutes les tailles, depuis la plus petite jusqu'à la plus grande, et il y a maintenant beaucoup de fabriques dans tout le Dominion produisant des types spéciaux de chaussures d'enfants.

Pour les couleurs la demande courante est à peu près la même que pour les chaussures de dames, le noir, le tan moyen se partageant la vogue. Il y a un certain nombre de modèles en cuir verni pour la toilette, les uns avec tiges en tissu, les autres en cuir mat. Un fabricant présente un modèle fantaisie avec empaigne vernie et tiges à damier dans toutes les tailles depuis celle de bébé.

Il semble qu'à la prochaine saison on verra un peu plus d'oxfords pour enfants, suivant en cela la tendance accusée dans les chaussures pour adultes et comme question d'économie, cette tendance sera certainement très appréciée.

Baucoup de fabricants prévoient une saison meilleure que jamais pour les chaussures blanches de printemps et d'été. Les solennités scolaires et les réunions d'enfants ont donné beaucoup de vogue aux chaussures blanches.

Le détaillant peut aussi faire un bon chiffre d'affaires dans les chaussures de sport pour enfant, chaussures à semelle de caoutchouc pour la gymnastique, le tennis, le baseball etc... Dès que le garçon devient assez grand pour s'adonner aux jeux de plein air, il a plus ou moins besoin de chaussures appropriées, quelquefois très fréquemment. Une mère expliquait récemment à un détaillant que son fils âgé de dix ans qui était très agile, usait une paire de chaussures à semelle de caoutchouc tous les quinze jours, une paire de chaussures de cuir tous les mois, et pendant la saison pluvieuse une paire de caoutchoucs chaque quinzaine.

Il ne faut pas oublier que les enfants d'aujourd'hui seront les adultes de demain et que, bien qu'il n'y ait quelquefois que peu de bénéfice à détailler les petits points, ce peut être un moyen de s'attirer de plus grosses affaires par la suite. Les parents aiment à aller où leurs enfants sont bien traités et où on leur fournit des chaussures de bonne qualité. C'est pour cette raison que le détaillant ne doit pas dédaigner le rayon des enfants ni négliger aucun développement dans cette ligne.

#### AGENCES DEMANDEES

J'ai plusieurs années d'expérience dans le commerce et je serais prêt à représenter certaines lignes de manufactures ou prendre l'agence de quelques manufacturiers à Montréal ou ses environs. Ecrire à

**M. J. E. LEMYRE,**

302 rue Bourbonnière, MONTREAL, QUE.

## LE PRIX DE LA CHAUSSURE NE PEUT BAISSER

Il règne actuellement dans le commerce de la chaussure un certain malaise créé par des rumeurs de baisse du prix du cuir, des peaux, etc. Ces rumeurs ont probablement pris naissance à la suite du discours prononcé par M. McElwain, président de l'Association des Manufacturiers de chaussures des Etats-Unis, lors de la convention tenue en juillet dernier à Boston. Ce discours de M. McElwain a été mal interprété par le reporter qui en avait pris note et un rapport erroné fut transmis à la Presse Associée qui, à son tour, l'envoya à tous les journaux du pays. Le reporter avait fait dire à M. McElwain que les prix de la chaussure seraient réduits par suite de la baisse des peaux, quand le président de l'Association des Manufacturiers n'avait pas voulu dire cela.

Au cours d'une interview de notre représentant avec M. Jos Daoust, président de la maison Daoust, Lalonde et Cie, ce dernier a bien voulu nous fournir quelques explications à ce sujet, et à titre de renseignements nous les transmettons à nos lecteurs.

Voici ce que nous a déclaré M. Daoust.

"Il ne faut pas oublier tout d'abord, dit-il, que les prix de cuir et des chaussures n'ont jamais été fixés en prenant pour base le prix de 60 cents la livre pour les peaux. Il est vrai que le prix des peaux a baissé de 20%, mais les manufacturiers avaient des commandes placées pour leurs chaussures à des prix basés sur des peaux leur coûtant de 25c à 40c la livre; ils avaient également vendu aux marchands des chaussures qui avaient été faites avec des peaux qui leur avaient coûté de 35c à 40c la livre. On peut donc dire que des peaux d'abattoir de 48c à 50c la livre représentent en réalité une augmentation de 25 à 35 pour cent sur les prix antérieurs. Il se faut pas oublier non plus la réduction des heures de travail et la hausse des salaires pour les travailleurs en chaussures ainsi que ceux du personnel du bureau. Cette réduction des heures de travail et l'augmentation des salaires que doit payer le manufacturier sont certainement des facteurs qui ne peuvent amener la baisse du produit manufacturé.

"Il faut considérer également le fait que la demande est très forte et que tous les manufacturiers ont à souffrir de la rareté de la main-d'oeuvre expérimentée, encore des choses qui ne peuvent que faire monter les prix des chaussures. De plus, les peaux de chèvre qui servent à faire les dongolas, etc, n'ont pas été affectées par la baisse de 20%.

"Les marchands sont portés à considérer les manufacturiers de chaussures comme des "profiteurs", mais s'ils voulaient bien considérer la question sous son vrai jour, ils verraient que ce qualificatif ne leur appartient pas. Tout comme tous les autres manufacturiers, ils ont des problèmes difficiles à résoudre avec la hausse de tout: salaire, ma-

tière première, etc. Nous avons encore une période difficile pour tout le monde à traverser et il est à espérer que nous verrons bientôt des temps meilleurs pour le manufacturier, le marchand et le client".

## FAITES CONNAISSANCE AVEC LES ENFANTS

Vendre des chaussures d'enfants n'est pas un plaisir pour le vendeur ou le détaillant. Il y a mille et une objections au stock à entrer dans les chaussures pour le petit monde. Mais les pieds des enfants doivent être chaussés aussi bien que ceux des grandes personnes et quelqu'un doit le faire.

Avec la méthode actuelle de se spécialiser en toute chose, beaucoup de magasins ont abandonné la chaussure d'enfants, parce qu'ils ne s'occupent que de l'article pour hommes ou pour dames ou même des deux à la fois. Mais ceux qui continuent à tenir la chaussure d'enfants retirent un avantage du fait que l'enfant d'aujourd'hui est l'adulte de demain et que ceux qui ont fourni aux jeunes d'aujourd'hui, ont toutes chances de conserver la clientèle de ces jeunes gens lorsqu'ils deviendront adultes demain.

Quelle attention faut-il donner à ce commerce? Beaucoup de ceux qui tiennent la chaussure d'enfants et en ont un grand débit vendent ces chaussures aux parents, pensant que comme ce sont les parents qui les payent et font le choix, c'est eux qui doivent recevoir leur attention. C'est là une grande erreur de la part du détaillant. Commencez avec le plus petit enfant et cultivez sa clientèle. Faites-lui des politesses ou tout ce que vous voudrez qui puisse attirer son attention et faites-lui sentir que vous vous intéressez à lui. Même s'il n'a que quatre ans, il est temps de commencer à gagner sa confiance.

Pourquoi, demanderez-vous? Il y a beaucoup de raisons pour agir ainsi. Tout d'abord les enfants sont très impressionnables. Si vous pouvez gagner leur confiance, vous trouverez une porte grande ouverte à la confiance des parents. L'assentiment d'un enfant porte loin chez les parents. Le mécontentement d'un enfant a aussi une mauvaise influence sur les parents. Si un enfant n'aime pas un magasin, il est presque impossible de l'y faire venir et il n'aimera rien de ce qu'on y achètera. Ceci est de nature à influencer les parents.

Il faut aussi penser, comme on l'a dit plus haut, que les enfants grandissent vite et viennent à acheter leurs chaussures eux-mêmes. On est porté à considérer les enfants comme s'ils devaient toujours rester petits. Ceci arrive lorsque l'on vend toujours à des enfants d'un certain âge et que l'on oublie que les enfants que l'on a servis il y a cinq ans peuvent aujourd'hui s'acheter leurs chaussures eux-mêmes et d'autres petits enfants

sont venus les remplacer. Un de nos meilleurs détaillants de la province qui est loin d'être un vieillard, est cependant en affaires depuis plus d'une trentaine d'années; il a vendu des chaussures à trois générations et semble vouloir en vendre à deux autres encore. Il vend actuellement des chaussures à des grand-pères qu'il a chaussés lorsqu'ils étaient enfants. Ce qui prouve qu'il est toujours bon de cultiver l'amitié et la confiance des enfants. Lorsqu'un homme a l'intention de rester dans le commerce au même endroit pendant quelque temps, il doit chercher à se créer autant d'amis que possible. Et les enfants qui grandissent valent la peine qu'on fasse leur connaissance.

Un point qu'il ne faut pas négliger, c'est de traiter les enfants comme des hommes ou des femmes aussitôt qu'ils arrivent à porter des pointures plus grandes. Les jeunes gens de 15 à 17 ans surtout s'ils gagnent leur vie, n'aiment pas à être servis dans le rayon des enfants. Chacun veut faire croire qu'il est un peu homme, et il est bon de les traiter ainsi. Il en est de même des jeunes filles. Une jeune fille de 15 à 17 ans ne tient pas à être introduite au rayon des enfants pour se faire servir, car elle croit qu'elle a passé l'âge d'être traitée en enfant.

Il est plus difficile de chausser la fille qui grandit que le garçon en raison des styles. Les chaussures de garçons ne diffèrent pas d'une façon marquante de celles pour hommes comme genre et comme style, tandis que les chaussures de fillettes diffèrent considérablement de celles de dames. Lorsqu'une jeune fille a atteint l'âge où elle pense pouvoir porter un talon Louis XV, il sera difficile de la convaincre qu'un talon bas lui ira mieux. C'est une question où il faut montrer beaucoup de tact.

Revenons aux enfants. Tout cordonnier doit avoir à coeur d'intéresser ce petit monde. Prêtez-leur attention et faites-leur croire que vous leur portez intérêt. Avant longtemps ils grandiront et ils n'oublieront pas l'impression que vous leur aurez faite lorsqu'ils étaient petits. Ils ne feront pas le raisonnement que, puisque vous leur avez porté attention lorsqu'ils étaient petits, ils doivent vous encourager. Mais ces impressions causeront automatiquement leur fidélité à votre magasin et ils ne sauront pas pourquoi. Mais ils reviendront.

Ainsi de toutes façons faites connaissance avec les enfants. Cultivez leur confiance. Cela vous procurera de bonnes ventes aujourd'hui par les parents et à l'avenir par les enfants eux-mêmes.

## LE PRIX DES CHAUSSURES D'ENFANTS

Presque tous les marchands de chaussures d'enfants, lorsqu'ils servent leurs clients, entendent cette exclamation: "Mon Dieu, quel prix épou-

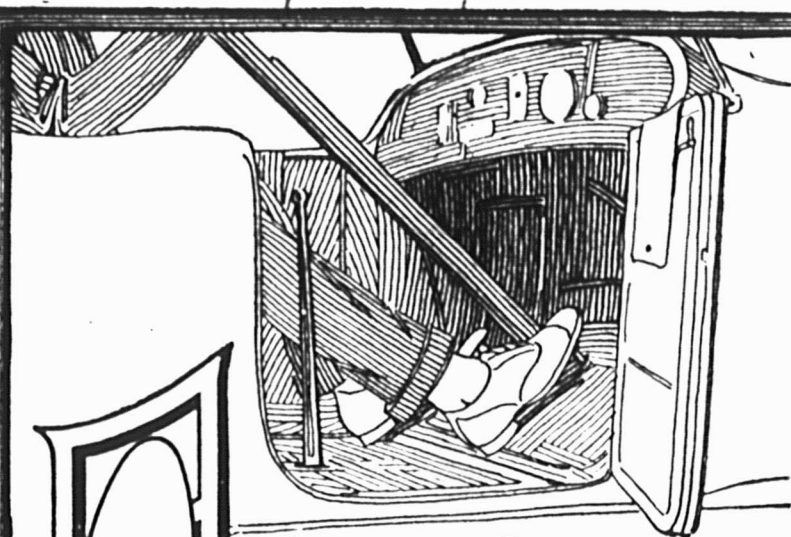
vantable". Il est naturel qu'on semble croire qu'un petit article ne doit pas coûter autant qu'un grand et depuis des années cela se fait dans la chaussure peut-être plus que dans tout autre article manufacturé. Il est possible aussi qu'il y ait quelque injustice là-dedans. Cependant la hausse générale des cuirs et des chaussures a affecté le prix des chaussures d'enfants beaucoup plus que ceux des adultes. La seule pensée qu'il faut payer actuellement de 7 à 8 dollars pour une paire de chaussures pour un enfant suscite des réflexions sinon des observations mieux exprimées. Cependant si les chaussures pour adultes venaient à augmenter, la disproportion ne semblerait pas si grande et on paierait ce prix sans aucune objection.

Une des causes principales du prix élevé des chaussures d'enfants c'est que le cuir n'est pas classifié comme il l'était avant la guerre. A cette époque les peaux légères étaient séparées des lourdes et étaient cotées meilleur marché que celles-ci. Ces cuirs légers étaient employés pour les chaussures d'enfants et naturellement le prix s'en ressentait. Aujourd'hui cette classification ne se fait plus et les fabricants sont obligés de prendre le stock comme il vient, heureux encore de l'avoir comme il est. Ce qui fait qu'on paie le même prix pour le cuir pour chaussures d'enfants que pour celui qui sert pour les lignes d'hommes ou de dames.

Une autre question très importante relativement au prix de revient de la chaussure d'enfants, est le coût de la main-d'oeuvre. On a tellement blâmé l'augmentation du coût de la main-d'oeuvre que le public commence à se fatiguer d'entendre prendre ce prétexte dans tous les cas où il faut recourir à la main-d'oeuvre. Mais en ce qui concerne les chaussures d'enfants, la main-d'oeuvre en affecte le prix beaucoup plus que pour les chaussures d'adultes.

Si l'on y réfléchit quelque peu, on constatera que le travail dans une chaussure d'enfant ou de fillette est presque aussi grand que pour une chaussure d'adulte du même genre. Les tailles ne font que peu de différence. C'est aussi un fait qu'un ouvrier qui est capable de faire une chaussure d'enfant de bonne qualité est tout aussi capable de faire des chaussures de bonne qualité pour adultes. Pourquoi gagnerait-il moins à faire des chaussures d'enfants qu'à faire des chaussures d'adultes? Ceci montre qu'en pratique ce sont à peu près les mêmes gages qui doivent être payés pour la confection d'une chaussure petite ou grande.

La question se résume donc en une question de prix de revient du matériel et de la main-d'oeuvre et si on examine les détails que nous venons de signaler, on se rendra compte que le prix apparemment élevé des chaussures d'enfants n'est pas si hors de proportion qu'il paraît au premier abord.



# Acme

## VOUS POUVEZ VENDRE DES "ACME" A TOUS VOS CLIENTS

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

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

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

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

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

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

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

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

## DUNLOP TIRE & RUBBER GOODS CO., LIMITED

SIEGE SOCIAL ET FABRIQUE: TORONTO

Succursales dans les grandes villes.



## LE TRIBUNAL DE MONTREAL EXPLIQUE LE TERME F.O.B.

Un cas intéressant concernant ce qui constitue la livraison franco à bord. Le tribunal prétend que le défendeur a le droit de refuser la livraison de marchandises à destination.

Une règle importante a été établie à Montréal, la semaine dernière qui peut-être d'un grand intérêt pour le commerce. Cette règle a trait à l'expression commerciale "f.o.b." et détermine la signification de ce terme.

Le terme "free on board" or "franco à bord" signifie que le vendeur place à ses propres frais les marchandises sur le wagon ou sur le navire qui doit les transporter du point spécifié et que l'acheteur en prend le risque dès cette minute; en même temps, les marchandises doivent, à destination, être en conformité avec les conditions de vente, sinon elles peuvent être légalement refusées.

La cause mettait en présence une maison de Montréal et une maison de Québec. Masson Sons, Ltd., de Montréal, poursuivait E. Coulombe, de Québec, pour la somme de \$1,460, valeur d'un wagon de tomates expédiées à Québec sur commande du défendeur. L'envoi était f.o.b. Montréal, et quand les tomates atteignirent Québec, le défendeur se plaignit qu'elles n'étaient pas conformes aux conditions stipulées dans sa commande. Il avisa le plaignant, en conséquence, par télégramme, mais celui-ci soutint qu'il était responsable du prix accepté. Le défendeur sachant que les tomates seraient perdues complètement si elles étaient renvoyées à Montréal les vendit tout de suite à Québec au meilleur prix qu'il put obtenir, et déduisit 5 pour cent pour sa commission sur la vente, puis adressa la balance, soit \$868.07 au plaignant qui refusa le chèque et poursuivit le défendeur pour le prix accepté à la commande par le défendeur, soit \$1,460.

Le plaignant basait sa réclamation sur le fait que les tomates étaient en bonne condition quand elles furent livrées "f.o.b. Montréal" et que dès cette minute le plaignant en était responsable. De son côté le défendeur prétendait que la "bonne condition" mentionnée dans sa commande voulait spécifier l'état des tomates à leur arrivée à Québec.

Il n'y avait pas eu de retard dans le transport et la principale question du jugement était l'interprétation à donner, dans la circonstance, à l'expression "f.o.b. Montréal".

M. le juge Panneton dit qu'il y avait divergence d'opinion sur la signification à donner à l'expression commerciale "f.o.b."

En Angleterre, le point de droit était à l'effet que l'objet vendu était au risque de l'acheteur dès l'instant qu'il atteignait le point de livraison "franco à bord". Une décision intervient cependant, qui donnait à ces mots un sens limité, c'est-à-dire que le vendeur plaçait les marchandises vendues à la place indiquée "franc de tous frais tels que camionnage, quaiage," etc., et c'est ce dernier sens qui fut adopté par la jurisprudence des tribunaux des Etats-Unis. Dans la cause de la Dominion Lumber Co. vs. Auger, confirmée par la cour d'appel, la définition suivante fut donnée aux lettres f.o.b: "Elles signifient que le vendeur, à ses propres frais, placera les marchandises sur le wagon ou sur le navire qui doit les transporter pour le compte de l'acheteur aux risques duquel elles sont à dater de ce moment".

"Il est nécessaire", dit le juge Panneton, "de distinguer la livraison de l'acceptation de la chose vendue. Le transporteur est l'agent de l'acheteur, mais son mandat est limité au transport des marchandises. La question à décider est de savoir si c'est bien la chose vendue qui fut livrée à Montréal. Selon la preuve, les tomates auraient dû être de première qualité (No 1), et en bonne condition. Elles n'étaient ni l'un ni l'autre. Si, dans le cas de la vente de marchandises par correspondance, comme c'est le cas, la règle était adoptée que l'inspection devait être faite au lieu de livraison quand cette place n'était pas la destination, il eut été nécessaire que l'acheteur qui réside dans une autre ville ou un autre pays, eût un agent pour faire l'inspection de la marchandise à l'endroit où cette dernière fut placée sur le wagon ou sur le navire. La chose eut été impraticable.

"Quand un marchand de Montréal vend des marchandises à un marchand de Québec, il sait et comprend très bien que l'acheteur ne peut connaître l'état des marchandises que quand elles arrivent à destination. Si le vendeur a livré correctement la chose vendue, l'acheteur en devient propriétaire immédiatement. S'il livre quelque chose d'autre — par exemple, s'il a vendu des marchandises de première qualité et en livre de seconde qualité, il n'y a pas livraison des marchandises vendues. L'acheteur ne peut les refuser que quand elles arrivent à destination.

Dans le cas qui nous occupe le tribunal conclut que l'attitude du défendeur était correcte, bien que les tomates fussent vendues f.o.b. Montréal; le défendeur ne pouvait les refuser avant qu'elles ne fussent arrivées à Québec et ce refus ne pouvait être valable que si les tomates n'arrivaient pas dans le bon état spécifié par le contrat. Pour cette raison, le jugement de première instance fut renversé et il fut déclaré que l'offre du défendeur de \$868.07 était suffisante en l'occurrence.



# LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

## EDITEURS

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

Téléphone Bell Est 1185.

MONTREAL.

Bureau de Montréal: EDIFICE DANDURAND.

ABONNEMENT	Montréal et Banlieue . . . . .	\$2.50	} PAR AN.
	Canada . . . . .	\$2.50	
	Etats-Unis . . . . .	\$3.00	
	Union postale . . . . .	\$4.00	

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

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

Toute année commencée est due en entier.

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

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

Chèques, mandats, bons de Poste doivent être faits payables  
à l'ordre du Prix Courant.

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

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

MONTREAL, vendredi 21 novembre 1919.

Vol. XXXII — No 47

## LE TRIBUNAL DU COMMERCE.

Dans une entrevue publiée dans le magazine Maclean du mois d'octobre, M. W. F. O'Connor, C. R. Vice-Président du Tribunal du Commerce est rapporté comme ayant répondu à certaines questions qui lui ont été posées au sujet des pouvoirs du Tribunal du Commerce. Avec raison, M. W. F. O'Connor prétend que les pouvoirs du Tribunal du Commerce sont plus étendus que les pouvoirs accordés à la Commission du Chemin de Fer, et en plus que ce Tribunal du Commerce dépend directement du Parlement et n'est pas sujet à l'influence du gouvernement.

Au sujet de la vente du sucre, quelqu'un demandait à Monsieur O'Connor ce qui arriverait si certaines maisons refusaient de vendre du sucre, et la réponse de Monsieur O'Connor était que le Tribunal du Commerce ferait une enquête concernant la quantité du sucre détenue en magasin par ces maisons, et que si la quantité le justifiait, un ordre serait émis forçant ces maisons à vendre ce sucre.

Une autre question qui a été posée à Monsieur O'Connor est: ce qu'il arriverait si les marchands en détail refusaient de vendre du sucre excepté en certaine quantité, ou en combinaison avec la vente d'autres marchandises. Monsieur O'Connor répondit que ce problème s'était déjà présenté, et que ceux des détaillants qui se rendraient coupables de cette offense seraient condamnés à un amende sévère, ou seraient envoyés en prison, ou les deux, et il ajouta — d'après les lois déjà existantes. C'est ce point que nous désirons soulever dans cet article.

Quelle est la loi ou les lois déjà existantes qui forcent un marchand à vendre ses marchandises? Nous croyons que cette déclaration, si elle a été faite, était plutôt dans le but de faire peur qu'autre chose, car les lois sont bien définies en ce qui se rapporte au droit de possession qu'ont les individus, et ce droit n'a pas été altéré récemment par aucune loi que nous connaissons. Il y a bien dans certains cas le droit d'expropriation et de confiscation, mais ceci ne saurait s'appliquer qu'au cas d'utilité publique.

Nous croyons que les marchands ont le droit de vendre leurs marchandises avec un profit raisonnable et que personne ne peut les forcer à vendre leurs marchandises à perte, et nous ne voyons pas dans le statut instituant le Tribunal du Commerce quoique ce soit lui conférant ce pouvoir.

## L'EMPRUNT DE LA VICTOIRE.

La campagne entreprise pour assurer le succès de l'Emprunt National vient de se terminer par un succès qui fait honneur aux organisateurs. Dans toutes les parties de la province de Québec il s'était formé diverses organisations sous la direction générale de Monsieur A.-P. Frigon et de M. F.-G. Donaldson. Il nous fait plaisir de constater que ces organisations locales ont réussi au-delà des espérances des organisateurs. Dans presque tous les cas, les souscriptions dépassent le montant qui leur avait été assigné. La somme totale de \$673,199,790.00 a été souscrite par tout le Canada. De cette somme, la province de Québec en a souscrit \$161,072,900.00. Le gouvernement avait demandé un souscription de \$300,000,-



VENDEZ LE TABAC A FUMER  
**GREAT WEST**

*IL EST DELICIEUX  
ET RAPPORTE DE  
BONS PROFITS.*

000.00, et il se trouve à avoir à sa disposition une somme d'au-delà du double de ce qu'il avait demandé, et nous espérons que lorsqu'il s'agira de faire la distribution de cette somme pour les besoins du pays, qu'il se rappellera qu'il ne serait que juste que la même proportion soit maintenue dans les dépenses de manière à assurer que cette somme revienne dans la province de Québec.

### LES MARCHES MUNICIPAUX

A l'assemblée de la semaine dernière de la Chambre de Commerce du District de Montréal, M. J.-A. Paulhus donna de très intéressants détails sur les marchés municipaux des Etats-Unis.

Ces marchés, dit M. Paulhus, doivent, pour être véritablement productifs, avoir trois caractères distincts: être situés dans le centre commercial de la ville, être d'un accès facile aux marchands de détail comme aux marchands de gros, être d'une construction simple, mais hygiénique.

Le marché municipal est un facteur puissant de la réduction du coût élevé de la vie, en supprimant les intermédiaires, et sert de grand centre d'écoulement à la culture maraîchère.

Les marchés des Etats-Unis, dit M. Paulhus, sont des modèles de propreté, de réfrigération et d'étalage. En terminant, le conférencier plaide la cause de l'agrandissement du marché Bonsecours. La question est référée au comité d'initiative.

### UN GESTE REGRETTABLE

Une maison qui fait un commerce considérable avec les Canadiens-français vient de faire distribuer à ses clients un bulletin où il est déclaré que l'Anglais est la seule langue qui devrait être enseignée au pays. Au point de vue des affaires, ce geste est tout ce qu'il y a de plus gauche et de plus stupide. Au point de vue de la bonne entente entre les deux grandes races du Canada et du respect mutuel quelles se doivent, il est profondément regrettable. Son Altesse Royale le prince de Galles nous a à peine quittés que nous assistons déjà à une violation flagrante du mot d'ordre qu'il a donné à tous les Canadiens, en vue de leur assurer l'union, le seul bien capable de les conduire à de brillantes destinées.

### LA MISE EN BOITES DU SAUMON DE LA COLOMBIE ANGLAISE S'ELEVE A UN MILLION ET QUART DE CAISSES

La mise en boîtes du saumon de la Colombie-Anglaise pour l'année 1919 est espérée être dans le voisinage de 1,250,000 caisses, soit environ 400,000 caisses de moins que le total de l'an dernier.

### LA SUPERFICIE DU RIZ EST REDUITE

En dépit d'une augmentation de 11,000 acres de riz en Californie sur les estimés de la Rice Millers Association, l'acréage total de riz aux Etats-Unis est de 34,014 acres de moins que l'estimé de juillet, selon les rapports rendus publics par le secrétaire de la Southern Rice Growers' Association. L'acréage total est de 1,095,318, les variétés Blue Rose et Wright prévalant sur les types d'Honduras et du Japon. Quatre-vingt quatre pour cent de l'acréage total au Texas, en Louisiane et dans l'Arkansas, d'après ce rapport, est du type Wright. contre 76 pour 100, il y a un an. L'Honduras a un total de 9.2 pour 100 dans les trois états; le Carolinas 4.3 pour 100 et le Japonais 2.1 pour 100. Environ 53.1 pour 100 de l'acréage total de ces trois états est du Blue Rose; 20 pour 100 est du Early Prolific.

### 50% D'UNE RECOLTE NORMALE POUR LES FEVES LIMA.

Les conditions de températures particulièrement défavorables sont cause que la production des fèves Lima est de 50% au-dessous de la normale, d'après la communication faite par M. Henri P. Dimond, secrétaire de la California Bean Dealers' Association. Le déficit de cette saison dépassera 50%. L'association recommande en conséquence que cette estimation serve de base au pro rata des livraisons pour les contrats passés avant le 20 juillet seulement.

### LA REVUE MODERNE

La Revue Moderne, littéraire, politique, artistique, rédigée en collaboration, avec pour fondatrice et directrice, Madame Huguenin bien connue dans le monde des Lettres sous le nom de MADELEINE, vient de nous parvenir, sous la plus jolie toilette qu'il soit possible de rêver. Au frontispice une magnifique reproduction de la fameuse peinture de Greuse "Le baiser envoyé". Très bien éditée sur papier de luxe, la Revue Moderne a déjà une large et belle clientèle d'annonces qui ne fera qu'augmenter en même temps que la circulation. Une telle revue, bien faite pour intéresser les lecteurs les plus exigeants, nous présente, dès son premier numéro des articles des mieux composés, entre autres: S'unir pour grandir, Madeleine; La politique Canadienne, Jean Mathieu; La politique Etrangère, Baron E. de Schelking; Lendemain de Grèves, Jean-Baptiste Gagnepetit; Quelques Livres Canadiens, Olivar Asselin; Le Théâtre Français à Montréal, Jules Helbronner; Le Catéchisme, Adju-tor Rivard; Croix de Bois, Croix de Guerre, Léopold Houlé; Le pauvre Armour, Berthelot Brunet; Le Monde, Arthur Lemont; Etc., etc.

## "LA RENTE"

Tel est le nom d'un nouveau journal financier canadien-français publié par les banquiers bien connus Versailles - Vidricaire - Boulais. et dont le populaire Olivar Asselin devient le directeur. Le seul fait de voir sous la manchette de cette nouvelle publication le nom du polémiste très franc et très sincère qu'est Olivar Asselin, nous assure une rédaction indépendante et fertile en révélations courageuses et en vérités mortifiantes parfois, mais utiles toujours.

L'avant-propos, qui inaugure la série des éditoriaux de ce "guide de l'épargne et du placement" comme il est sous-titré, est d'une saisissante franchise et analyse très justement la mentalité canadienne-française en regard de celle canadienne-anglaise et de l'attitude qu'elle engendre dans des circonstances telles que le dernier emprunt de la victoire.

Il ne fait aucun doute que ce journal, envoyé gratuitement à qui en fait la demande et qui paraîtra les 1er et 15 de chaque mois, fera beaucoup de bien parmi notre population et contribuera beaucoup à ce que les Canadiens-Français se rendent compte de leur valeur véritable qui n'est pas inférieure financièrement parlant à celle des Canadiens-Anglais. Le tout est une question de méthode, une question d'éducation.

## DES USINES DE SUCRE DE BETTERAVE EN OPERATION

Les opérations de fabrication du sucre de betterave sont commencées à l'usine de la Dominion Sugar Company, Chatham, Ont., et cette manufacture marche à pleine capacité. Un gros pourcentage des betteraves du district sont cependant encore sur champs.

La température humide prolongée a empêché les fermiers de les récolter et à moins qu'un temps sec n'arrive bientôt, les opérations de l'usine devront être interrompues.

La compagnie dit qu'elle éprouve de sérieuses difficultés à s'assurer un approvisionnement suffisant de sucre brut. Les grèves des docks de New-York ont retardé l'arrivage de plusieurs tonnes de sucre brut consignées pour l'usine de Chatham.

## L'ALLIANCE NATIONALE SOUSCRIT \$500,000 A L'EMPRUNT DE LA VICTOIRE

L'Alliance Nationale a répété son geste de l'an dernier, en souscrivant largement à l'Emprunt de la Victoire.

L'an dernier, cette société mutuelle avait souscrit une somme de \$400,000. en obligations de la Victoire et cette année, elle a souscrit un demi-million qui a été porté au crédit de l'organisation provinciale.

## Table Alphabétique des Annonces

American Pad & Textile . . . . . 74	Catelli . . . . . 61	Goodyear Rubber Co. 10	Oneida Community
Armour & Co. . . . . 65	Church & Dwight . 64	Gutta Percha & Rubber Co. . . . . 23	Couverture
Ames Holden	Children Shoe . . . 26	Heinz . . . . . 64	Panther Rubber . . . 8
McCready . 3-4-5-6-7	Clark, Wm. . . . . 62	Imperial Tobacco . . 41	Paquet & Bonnier . 80
Assurance Mont-Royal . . . . . 80	Cluett, Peabody . . 71	International Business Machine Co., Ltd.	Pastene & Co., Ltd. 59
Banque d'Hochelega. 78	Columbus Rubber Co. 21	Couverture	Perth Shoe Co., Ltd. 22
Banque Nationale . 78	Chouinard . . . . . 56	International Supply 20	Pigeon Lymburner . 51
Banque Molsons . . 79	Connors Bros . . . 74	Jonas & Cie, H. . . . 63	P. Poulin & Cie . . 51
Banque Provinciale . 78	Côté, A. A., & Fils . 29	King's Printer . . . . 69	Ramsay Paint . . . . 77
Barnett & Co. . . . . 76	Côté & Lapointe . . 51	King Paper Box . . . 72	Rena Footwear . . . 27
Bennett Limited,	Couillard, Auguste . 80	Lady Belle Shoe Co. 28	Riga Water . . . . . 52
Couverture	Cowan & Co. . . . . 57	La Fonderie de l'Islet 70	Robinson, James . . 13
Breithaupt Leather Co., Ltd. . . . . 20	Daoust Lalonde & Co. . . . . 11	La Prévoyance . . . . 80	Robson Leather Co. 12
British Colonial Fire Ins. . . . . 80	Dominion Canners (Ltd.) . . . . . 55	Leslie & Co., A. C. . 73	Rose & Laflamme . 59
Beckwith Box Toe . 26	Dowswell Lees . . . 82	Liverpool Manitoba . 80	Scholl Mfg. . . . . 16-17
Brodie & Harvie . . 51	Duclos & Payan . . 14	Mathieu, A. . . . . 70	Simms . . . . . 73
Brodeur, A. . . . . 51	Duffy, J. J., & Co. . 64	Mathieu (Cie J.-L.) . 59	Simard A. . . . . 56
Canada Foundries . 73	Dunlop Tire . . . . . 39	Maxwells Ltd. . . . . 77	St. Croix Soap . . . 56
Canada Life Assurance Co. . . . . 80	Eddy & Co. . . . . 64	McArthur, A. . . . . 73	Stauntons Ltd. . . . 77
Canadian Cons. Rubber . . . . . 30	Fabrique de Balais de Granby . . . . . 71	Megantic Broom . . . 71	Still Mfg. Co. . . . . 77
Canadian Polishes Ltd. . . . . 56	Fairbank, N. K. . . . 65	Montbriand, L.-R. . 80	Steel Co. . . . . 72
Canadian Mills Products . . . . . 53	Fontaine, Henri . . . 51	McDonald . . . . . 54	Slater Shoe . . . . . 19
Canadian Salt . . . . 45	Ford Motor . . . . . 75	Montreal Biscuits. . 56	St. Williams Fruit . 60
Cie J. A. M. Côté . . . 9	Gagnon, P. A. . . . . 80	Morrow Screw . . . . 76	Standard Litho . . . 29
Cie d'Assurance Mutuelle du Commerce 80	Garand, Terroux & Cie. . . . . 80	Nova Scotia Steel Co. 73	Sun Life of Canada 80
	Gendron Mfg. Co. . . 76	Nugget Polish . . . . 12	Tanguay Jos. . . . . 28
	Germain . . . . . 25	National Varnish . . . 18	Tétrault Shoe . . . . 15
	Girouard Limitée . . 25	Old City Mfg. . . . . 58	Trudel & Guillet. . . 51
	Gonthier & Midgley . 80	Ottawa Paint Co., Couverture	United Shoe . . . . . 24
			Williams Co., J. H. . 76
			Western Assurance Co. . . . . 80

## Renseignements du District de Sherbrooke

### ACTES ENREGISTRÉS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT DE SHERBROOKE

Semaine finissant le 15 novembre 1919.

#### VENTES

- A. J. O'Boyle à R. A. DeValter, lot 1444-131, quartier sud. Prix \$4,800, \$1,200 payés.
- Napoléon Ruel à Vital Breton, lot 882 et 6-4, quartier sud. Prix \$3,200, \$500 payés.
- François Demers à Wilbrod Bideau, S. ½ lot 84 quartier centre. Prix \$1,000, \$500 payés.
- T. B. Beckwith à Dame H. E. Thompson, lot 506 Orford. Prix \$500 payés.
- Dame Joseph Cayer à Thomas Dubois, partie lot 16d, rang 2, Compton. Prix \$50, payés.
- George Long à J. G. Armitage, lot 610 quartier nord. Prix \$9,500, \$3,000 payés.
- Ferdinand Lemieux à J. H. Blue et al, partie lot 230-5 quartier centre. Prix \$12,000, \$3,500 payés.
- Thomas Acton à Abraham Goldman, lot 1451-82 quartier sud. Prix \$1,810 payés.
- John Mouldy Jr. à H. E. Goodhue, lot 28 Orford. Price \$3,000, payés.
- John Dennery à J. L. Sharpe, lot 762 quartier est. Prix \$325 payés.
- Joseph Fontaine à Edouard Perreault, partie lot 334 Orford. Prix \$1500 payés.
- Joseph Charest à J. R. Rosenbloom, partie lot 337 quartier nord. Prix \$1,384 payés.
- Dame Hugh Connor à Ferdinand Coté et al, lots 729-160, 161, 162, 163, 164, 165, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195 et 196 quartier est. Prix \$2,350 payés.
- Henry Blair à J. A. Prescott, lots 4q et 4-23, rang 9, Ascot. Prix \$1,400 payés.
- Peter Swanson à L. A. Bayley, partie lot 45 Waterville. Prix \$2,600, payés.
- J. T. Leclerc à Dame Napoléon Demers, lot 7-122 quartier sud. Prix \$8,000, \$500 payés.
- Dame Hugh Connor à Napoléon Marquis, lot 617 quartier est. Prix \$9,000, \$3,000 payés.
- Pierre Fournier à Louis Lessard, W. ½ lot, 24a, rang 6, Ascot. Prix \$1,600, payés.
- J. A. Gauthier à Onésime Lambert lot 726-49. Prix \$332.50 payés.
- Edmond Salois et al. à Dame Boudreau, lot 1339-49, quartier sud. Prix \$8,500 payés.
- Dolor Rousseau à Boulangers de Sherbrooke Limitée, S. E. ½ lot 92 et N. ½ lot 91, quartier centre. Prix \$11,000, \$4,100 payés.
- D. O. E. Denault à Denault Grain and Prov. Co. Ltd, lots 1444-251, 252 et 271, quartier sud. Prix \$30,000 payés.
- Dame Delphis Brodeur à Phillias Lasly, lots 1057 et 1058 Orford. Prix \$4,000, \$1,300 payés.
- Sigefroid Goyette à Joseph Champigny, partie lot 882 quartier est. Prix \$1,300 payés.
- Dame Alphonse Dubois à Joseph Labrecque, partie lots 1444-32, 33 et 34 quartier sud. Prix \$8,750, \$2,000 payés.
- Succession P. P. Holyon et al à W. T. Evans, lot 345 Waterville. Prix \$4,800, \$2,000 payés.

#### HYPOTHEQUES

- Siméon Daigle à Sherbrooke Loan and Mortgage Co., pour \$3,500, affectant lots 1444-138 et 139, quartier sud.
- Abraham Goldman à J. S. Mitchell pour \$1,500, affectant lot 1451-82, quartier sud.
- Edouard Perreault à J. O. Camirand et J. Octave Gagné pour \$2,500, affectant partie lot 334 Orford.
- Arthur Baillargeon, à La Banque Nationale pour \$6,168, affectant lots 544 et 548, quartier nord.
- Dame Edouard Boudreau à Dame Hugh Connor, pour \$7,000, affectant lot 1539-19, quartier sud.
- Louis Lessard à Mlle E. C. Têtu et al pour \$200, affectant W. ½ lot 24a, rang 6, Ascot.

#### QUITTANCES

- Sherbrooke Loan and Mortgage Co., à John Nichol, hypothèque du 21 novembre 1917.
- William Hawken à J. H. Bryant, hypothèque du 12 mai 1919.
- J. S. Mitchell à J. H. Bryant, hypothèque du 12 mai 1919.
- A. S. Hunter à Alexander Aikins, hypothèque du 5 juin 1915.
- R. A. DeValter à Edouard Perreault, hypothèque du 30 octobre 1918.
- Napoléon Demers à Dame William Brault, hypothèque du 2 novembre 1915.

- N. D. Cascadeen à Moses Rappoport, hypothèque du 10 janvier 1917.
- Hubert Boucher à Delphis Boudreau, hypothèque du 31 août 1914.
- Dame Robert Keeler et al, à Edouard Codère, hypothèque du 4 juin 1910.
- British American Land Co à Edouard Codère, hypothèque du 5 mars 1907.
- Joseph Charest à Moses Rappoport, hypothèque du 4 janvier 1919.
- Dolor Rousseau à E. O. Blais, hypothèque du 31 janvier 1916.
- Arthur Desautels à Dame P. Fleury, hypothèque du 19 novembre 1918.
- Mlle E. C. Têtu et al à Pierre Fournier, hypothèques du 31 mars 1914 et du 31 octobre 1917.
- Dame Edward Young to W. A. Hyndman, hypothèque du 7 avril 1887.
- Télesphore Daigle à Dame Alphonse Dubois, hypothèque du 18 novembre 1913.
- Loomis-Dakin Ltd à Canadian Conn Cotton Mills Ltd, hypothèque du 29 décembre 1917.
- W. L. McSwiggan à Canadian Conn Cotton Mills Ltd, hypothèque du 9 janvier 1917.
- Echange entre Dame Edward Reed et Dame W. H. Johnston née Reed, et Robert Welter Reed, déclarant que Dame Edward Reed et Dame W. H. Johnson née Reed, sont les propriétaires des lots 281-1 et 282-2, Lennoxville, et que ledit Robert Walter Reed est propriétaire des lots 281-3, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 12 et 13, Lennoxville.
- Echange entre Dame L. H. Collet et E. E. Précourt, affectant parties du lot 601, Orford.
- Transfert par Moise Allaire à Geo. Arthur Darche, des \$4,000 dus par J. Oliva Dufour et donnés en garantie sur le lot 402 quartier est.
- Contrat de mariage par Harry W. Nutter et Melle M. A. Gabrielle Richard.
- Déclaration de société par Dame Joseph Lacharité et Exébias Barras, sous le nom de "Lacharité & Cie".
- Déclaration de société par J. A. McKechnie et J. C. McKechnie, sous le nom de "McKechies".
- Déclaration de société par Hormisdas Boissé et J. A. R. Racicot, sous le nom de "Boissé & Racicot".
- Déclaration de société par J. Eugène Choquette et J. Emile Choquette, sous le nom de "J. E. Choquette Frère."

### BREFFS EMIS EN COUR SUPERIEURE ET EN COUR DE CIRCUIT POUR LE DISTRICT DE ST-FRANCOIS, SHERBROOKE, QUE.

Au 17 novembre 1919.

- G. L. Allen et al, Sherbrooke, vs J. J. Griffith, \$3,500.
- D. Binette, Compton, vs Massey-Harris, \$373.13.
- M. Sarrasin, Lennoxville, vs J. H. E. Rodrigue, \$100.
- C. A. Kennedy et al, Coaticook, vs A. L. Gérin, \$473.70.
- Alf. Boulanger, Windsor, vs Denault, G. and P., \$175.
- T. Fortier et al, Sherbrooke, vs J. W. Vincent.
- N. Veilleux, Sherbrooke, vs Dame H. A. Maheu, \$6,145.42.
- A. D. Bois, East Angus, vs L. P. Willard, \$131.43.
- J. A. Bergeron, Sherbrooke, vs Denault, G. et P., \$107.16.
- P. H. Poulin, Sherbrooke, vs H. Fortier et Cie, \$100.90.
- B. Spooner, La Patrie, vs Massey-Harris, \$307.08.
- W. J. Parnell et al, Lennoxville, vs W. P. Berwick, \$374.90.
- A. Leblanc, Wolfestown, vs Alalire et Lapointe, \$158.13.
- J. L. Tétreault, Magog, vs W. J. alias W. Ducharme, \$955.50.
- J. H. Gauthier, Rock Island, vs Sherbrooke City Land, \$362.93.
- E. Vachon, Sherbrooke, vs A. Montminy, \$5.00.
- N. Pomerleau, Sherbrooke, vs D. Ashby, \$19.50.
- W. E. Loomis, Sherbrooke, vs A. Benoit, \$22.00.
- J. W. McKay, Hatley, vs E. Marcoux, \$28.
- B. Cliche, Dudswell, vs E. DeChamplain, \$16.
- J. O. C. Mignault, Sherbrooke, vs E. Paquette, \$50.95.
- J. Morin, Weedon, vs F. Provencher, \$83.59.
- E. Fontaine, Rock Forest, vs Massey-Harris, \$30.
- W. Saint-Jean, Sherbrooke, vs Dame E. Charest, \$25.
- E. Plamondon et al, Plamondon's Mills, vs E. Richer, \$65.
- H. Frappler, St-Frs.-X., vs Soc. Financière, \$44.60.
- J. W. Dion, Danville, vs Lewis Bros, \$45.17.
- J. Beaudry, Lac Mégantic, J. Turcotte, \$25.
- F. S. McKay, Sherbrooke, T. Masson, \$55.
- A. Gosselin et al, Disraeli, vs A. Bellavance, \$62.50.
- F. Caron, Greenley, vs Les Syndics St-Frs.-X., \$65.46.
- R. Martel, Sherbrooke, vs L. Lemaine, \$20.
- N. Pomerleau, Sherbrooke, vs D. Ashby, \$36.
- Jos. Blitt, Sherbrooke, vs W. E. Loomis, \$47.20.
- C. Maguire, Sherbrooke, City of Sherbrooke, \$19.
- E. Lapointe, Acton, vs Silver Spring Brewery, \$79.
- J. Sévigny, Lennoxville, L. A. Olivier, \$65.70.

## Renseignements de Trois-Rivières et d'Arthabaska

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

Du 10 au 15 novembre 1919.

Vente—Wm. Smith à B. W. Gallup, 2 p. 411, p. 412 et 547 Tingwick. \$3,700, \$1,500 acc.

Obligation—B. W. Gallup à Golden Rule Lodge No. 13 of the Independent Order of Odd Fellows. \$1,500 affectant les mêmes immeubles.

Obligation—Alphonse Fouquette à Téléphore Auger, p. 486 S. Paul. \$1,000.

Vente—Dame Jeanne Cantin à Aurèle Campagna, p. 57 S. Paul. \$800 payés.

Vente—Dame Lumina Béland à Donat Rousseau, ½ n. e. 569 Warwick. \$4,000, \$1,000 acc.

Vente—Médéric Morin à Nap. Vigneux, 1048, 1050 et 1053, Tingwick. \$12,200, \$2,000 acc.

Vente—Dame Céline Desharnais à Appollinaire St-Cyr, p. 22 S. Paul. \$550 payés.

Vente—E. W. Tobin à Securities Agency Ltd, 9, VI rg Stanfold et autres, \$1,00 payé.

Vente—Alexandre Pratt à Evariste Pratt, p. 320 Bulstrode. \$900 payés.

Obligation—Jos. Tourigny à Germain St-Pierre, p. 414 St-Victoire. \$1,000.

Testament—Jos. Levasseur à Dame Marie Verville, ½ ind. 23b et 24a VIII rg et p. 24a IX rg. Stanfold.

Transport—Noé Roux à Charles Nolin sur Ulric Légaré. \$1,000.

Vente—J. Edouard Lainesse à Albert Lainesse, p. 21, III rg. et autres Blanford. \$1,477, \$60 payés.

Vente—Gilbert Lainesse à Albert Lainesse, p. 22 III rg. et p. 22, IV rg. Blanford. \$797, \$32 payés.

Vente—Alma Joyal fils à Albert Lainesse, p. n. e. 22, III rg. \$650 payés.

Vente—Dydine Bouchard à Albert Lainesse, p. 20, III rg. et autres Blanford. \$1,794 payés.

Vente—Adélar Blais à Albert Lainesse, p. 20 et p. 21, III rg. Blanford. \$370 payés.

Vente—Pierre Mondou à Albert Lainesse, p. 19, III rg. et p. 19 IV rg. Blanford. \$897 payés.

Vente—Jos. Arel père à Albert Lainesse, p. 19, III et IV rg. Blanford. \$897 payés.

Vente—Albert Lainesse à J. Alf. Savoie, p. 22, I rg. et autres Blanford. \$26,278 payés.

Obligation—Adélar Gauthier à Mme Ernestine Chrétien, 15, XI rg. Simpson. \$500.

Vente—Walter Lafleur à Barthélemi Marcoux, 197 et 2 p. 198, Ste Hélène. \$8,600 dus.

Vente—Horace Désilets à Alphonse Pépin, 222, 223 et 224 Ste-Hélène. \$3,600, \$1,300 acc.

Vente—Mme Anna Chabot à Médéric Morin, p. 96 et p. 97 Ste-Victoire. \$5,000, \$2,500 acc.

Testament—Jos St-Hilaire père à Mme Elizabeth Fréchette, ½ indivise p. 490 Tingwick.

Obligation—Philippe Bernier à Ernest Laroche, 228 et 321 Tingwick. \$3,000.

Testament—Mme Elise Normand à Joseph et Adélar Baker, aucun immeuble.

Testament—Mme Céline Martel à John Brindle, ½ indivise p. 181, Warwick.

Testament—Mme Hubert Chabot à Hubert Chabot, ½ ind. 705 et 706, Warwick.

Décl. d'hér.—Michel Angers à Mme Rose Anna Rousseau, ½ ind. 65, 61 et 62, Tingwick.

Vente—Banque de Montréal à Jos. Emile Tessier, 145 et 156, Warwick. \$1,000. \$500 acc.

Marlage—Aimé Desrochers et Melle Lumina Beauchesne. Sép. de biens.

Hypothèque—Le même à la même. 492 Warwick. \$1,000.

Donation—Clovis Desrochers à Aimé Desrochers, 492 Warwick.

Obligation—Adélar Desfossés à Mme Sarah Kirouac, 921 Warwick. \$1,600.

Obligation—Donat Rousseau à Germain St-Pierre 569 et 570, Ste-Victoire. \$1,000.

Vente—Nap. Roux à Noé Roux, 58 et 59 Ste-Victoire. \$4,000

Vente—J. W. Cantin à Alphonse Hamel, 362 et 363 Warwick. \$7,300, dont \$2,100 acc.

Vente—J. W. Cantin à Gilbert Charland, p. 136 Warwick. \$6,000 dus.

Obligation—Damien Morin à Bernard Charest, ½ n. e. 327, Warwick. \$1,500.

Obligation—Nap. Laroche à John Frawley, p. 554 et p. 556 Warwick. \$300.

Vente—Ferd. Alain à J. Emile Tessier, 192 Warwick. \$2,400, \$1,400 acc.

Echange—John Brindle et Jos. N. Kirouac, p. 145 par le premier et l'autre cède p. 181, retour de \$1,300 par Jos. N. Kirouac, dus.

Vente—Alf. Désilets à Jos. A. Laroche, p. 145 et p. 144 Warwick. \$2,000, \$100 acc.

Vente—André Gingras à Louis Fréchette, 207 Warwick. \$420, \$20 acc.

Vente—J. N. Kirouac à Jeffrey Desrochers, p. 145 Warwick. \$1,000, \$450 acc.

Obligation—Ludger Houle à Delle Délma Houle, 587 et p. 586 Warwick. \$1,000.

Obligation—Xavier Talbot à Nap. Rondeau, 251, 252 et 253 Tingwick. \$1,200.

Obligation—Mme Hermine Tousignant à Jos Picard, ½ n. e. 631 Warwick. \$500.

Donation—Xavier Talbot à Frédéric Talbot, p. 251, 252 et 253 Tingwick.

Vente—Siméon Lallier à Emile Lemay, 295 et 294 Warwick. \$8,000, \$4,000 acc.

Obligation—Emile Lemay à N. N. Chalifour, même immeuble. \$1,500.

Obligation—Benjamin Plourde à J. B. Lemay, 83 et 84 Tingwick. \$500.

Vente—Amédée Michel à Elisée Martineau, p. 351 Tingwick. \$2,250, \$600 acc.

Vente—Jean L'Heureux à Arthur Boudreau, 97 et 98 Tingwick. \$14,500, \$5,446 comptant.

Vente—Mme Cléopée Paquet à Jos. A. Bernier, p. 406 Warwick. \$1,500, \$600 acc.

Vente—On. F. Kirouac à Jean L'Heureux, 188 et p. 201 Warwick. \$3,500, \$2,000 acc.

Rétrocession—Bernard Charest à Frank Vaillancourt, 18, XI rg. Simpson.



### Usine à sel Windsor, Ont.

Depuis des années, la pureté et la qualité du Sel Windsor ont aidé le commerce de l'épicerie du Canada.

C'est la raison pour laquelle presque tous les épiciers vendent

LE SEL DE TABLE WINDSOR

**Windsor**  
**Table**  
**Salt**  
Made in Canada

The Canadian Salt Co., Limited

**RAPPORT DE LA SEMAINE FINISSANT LE 15 NOV. 1919**  
**ARTHABASKA**

**ACTIONS EN COUR SUPERIEURE**

Alexandre Baril vs Adolphe Provencher de Daveluyville, 1ère classe.  
Alcide Jutras, vs Ovilla Lamontagne de St-Eugène de G., \$202.80.  
Louis Gosselin vs Alexandre Baril de St-Albert de W., \$150.  
Ruby F. Wright vs R. Walker d'Adderly, 1ère classe.  
A. Côté et al vs A. Proulx de Ste-Clothilde de Horton, \$388.64.  
Jos. Dumont, vs Dame M. Jeanne Poisson et Alex. Baril de St-Albert de Warw. \$477.88.

**ACTIONS EN COUR DE CIRCUIT.**

Ernest Cantin vs Alphonse Chrétien de Ste-Eulalie, \$16.  
Philippe Beaudette vs Corp. paroisse de St-Norbert, \$36.08.  
Philippe Beaudette vs Corp. paroisse de St-Norbert, \$21.58.  
J. F. Walsh et al vs Eugène Fournier de Victoriaville, \$18.05.  
Joseph Thibault vs Adélarde Gagné de East Angus, \$48.75.  
Wilfrid Girouard vs Narcisse Beaulieu de Shawinigan Falls et Donat Beaulieu de Shawinigan Bay, \$30.36.

**JUGEMENTS EN COUR SUPERIEURE**

A. Grouard et al vs Valère Couture, de Limoilou; jugement contre le défendeur pour \$107.10.  
P. R. Baril vs Joseph Carette de Ste-Marie de Beauce; jugement contre le défendeur pour \$100.75.  
Dame M. L. McArthur et al vs Nazaire Hénault, des Etats-Unis; jugement contre le défendeur pour \$148.31.

**JUGEMENTS EN COUR DE CIRCUIT.**

A. Grouard et al. vs Valère Couture, de Limoilou; jugement contre le défendeur pour \$61.15.  
George Côté vs Achille Boissonneault, de Victoriaville; jugement contre le défendeur pour \$22.50.  
J.-Bte. Drouin vs Alphonse Boulé, de Trois-Rivières; jugement pour \$25.50.  
Ovide Breton vs Léon Bergeron, de St-Maurice de Thetford; jugement pour \$31.12.  
J. F. Walsh et al. vs R. Brind'Amour, de Shawinigan Falls; jugement pour \$57.30.  
Paul Duchaine vs Edouard Nadeau, de Amqui; jugement pour \$68.27.

**BUREAU D'ENREGISTREMENT CITE ET DISTRICT DE TROIS-RIVIERES.**

**Semaine du 11 au 18 novembre.**

Vente—Alcide Thibodeau à Arthur Thibodeau.  
Transports—J. O. Lacoursière à Benjamin Lefrenière.  
Vente—Zarilla Hains à Arthur Grosleau.  
Obligation—Nicolas Huses à J. O. Lacoursière.  
Obligation—William Gélinas à Josephas Bellemare.  
Quittance—Fabrique St-Bernard à George Baril.  
Vente—Nap. Guilbert aux Frères de l'Inst. Chrétienne.  
Obligation—Emile Bellemare à Isaïe Bourassa.  
Quittance—Percepteur du Revenu à Succ. Vve L. D. Fréchette.  
Vente—Robert F. Grant à Bertha Soucy.  
Vente—Fabrique Ste-Cécile à Bertha Soucy.  
Vente—Benj. Panneton à Jos. Barnard.  
Obligation—J. Alcide Grenier à Dame Hubert Marchand.  
Quittance—Joséphine Lajoie à Alfred Beddez.  
Quittance—Vve Jos. Duchaine à Maurice Dufresne.  
Quittance—Denise Boisvert à Majorique Héroux.  
Bordereau de vente—Pierre et Frs. Boisvert à A. Lebrun.  
Vente—A. Lebrun à Eddy Vallée.  
Obligation—Uldric Carignan au Séminaire Trois-Rivières.  
Obligation—F. X. Vanasse à Flavien Bisson.  
Vente—Pierre Grenier à Chs. Boivin.  
Obligation—Chs Boivin à Pierre Grenier.  
Vente—Elisée Buisson à Jos. Fortier.  
Vente—Emile Piltquin à L. Lucien Mailhot.  
Obligation—Moïse Bolduc à Adem. Montplaisir.  
Obligation—Alfred Guay à Caisse Pop. Pde du Lac.  
Vente—Raoul Carignan à A. Lebrun.  
Quittance—Chs. Dumoulin à Medoric Carignon.  
Dissolution de société—J. W. Abran & Cie.  
Vente—La Cie des Terrains Shaw. Falls à William M. Pepper.  
Obligation—Eudore Deshaies à Succ. J. E. Hétu.  
Vente—Hector Racine à Jos. Blanchette.  
Obligation—Edmond Gauthier à Joseph Leduc.  
Vente—Philippe Descoteaux à Joseph Bourque.  
Vente—Geo. Bourgeois à L. P. Normand et C. E. Cross.  
Cession—Philippe Parent à Guillaume Courtois.  
Vente—Guillaume Courtois à Jos. Blanchette.  
Quittance—Armand Raymond à Ovilla Bourassa.

Quittance—Succ. J. E. Hétu à Eudore Deshaies.  
Obligation—Eddy Vallée à Edmond St-Louis.  
Obligation—Oscar Arcand à E. St-Louis et Vve P. Lessard.  
Obligation—Eddy Vallée à Elle Paquin.  
Vente—Théophile Latour à Henri Goulet.  
Vente—Harry Marchand à Wellie Garceau.  
Vente—Ernest S. de Carufel à Herman Laplante.  
Vente—Hercule Rivard à Alphonse Plourde.  
Garantie hypothécaire—C. F. Fontaine à Baril et Frère.  
Quittance—Evariste Blais à Arthur Bellemare esq.  
Obligation—Urbain Ducharme à David Beaudet.  
Vente—Napoléon Boisvert à Rodrigue Lemay.  
Transport—L. J. Dostaler à Alcide Lacerte.  
Obligation—Arthur Cantin à Flavien Hamel.  
Obligation—Cyrille Audy à Alphonsine Laperrière.  
Vente—Némèse Garneau à J. N. Chiasson.  
Obligation—J. N. Chiasson à Dositheé Leduc.  
Vente—Jérôme Gélinas à Arthur Girard.  
Vente—Jérôme Gélinas à Arthur Girard.  
Vente—Dme W. Paquet à Frank Doughty.  
Vente—Nazaire Ricard à Victor Bourassa.  
Obligation—Aug. Desaulniers à Ephrem Despins.  
Transport—Jos. Deslauriers à Dme A. Dauplaise.  
Rétrocession—Philibert Sénéchal à Collins et Tremblay.  
Vente—Collins et Tremblay à Jos. Jacob.  
Quittance—F. X. Brouillet à Alfred Lambert.  
Quittance—Sévère Ricard à Arthur Cantin.  
Quittance—Jos. Jacob à Ernest Tourigny.  
Quittance—Collins et Tremblay à Philibert Sénéchal.  
Quittance—Lambert et Giguère à Augustin Martin.  
Quittance—Vve Théodule Allard à H. Faforme.  
Déclaration de société—Grenier et Bourassa.  
Obligation—Frédère Rivard à Sévère Ricard.  
Obligation—Arthur Dupont à Joseph Giguère.  
Obligation—Arsène Mélançon à Philippe Gélinas.  
Transport—Jeffrey Ayotte à Louis Hénault.  
Vente—Joseph Grenier à Omer Ménard.  
Vente—J. L. Sanschagrin à J. B. Badaeux.  
Vente—F. X. Vanasse à Joseph Vallières.  
Vente—F. X. Vanasse à Adélarde Charette.  
Vente—F. X. Vanasse à Ubald Demers.  
Vente—F. X. Vanasse à Henri J. Côté.  
Vente—F. X. Vanasse à Arkil Coulombe.  
Vente—F. X. Vanasse, à Ovilla St-Pierre.  
Vente—F. X. Vanasse, à Dme L. P. Harnois.  
Vente—F. X. Vanasse à Rosaire Thibodeau.  
Transport—F. X. Vanasse à Gélinas et Jourdain.  
Quittance—Gélinas et Jourdain à J. L. Sanschagrin.  
Quittance—Percepteur du Revenu à succ. Ferd. Langis.  
Vente—Alphonse Blanchard à Mélina Fugère.  
Vente—Jos. Quenneville à Téléphore Racine.  
Vente—Donat Courteau à Rémi Francoeur.  
Transport—Hormisdas Buisson à Henri Brouillette.  
Obligation—L. J. A. Beauchemin à Alph. FeFron.  
Obligation—Joseph Beaupré à Léopold Drew.  
Obligation—Arthur Renière à Jos. A. Bourassa.  
Obligation—Deus Boucher à Arthur Pellerin.  
Obligation—Léopold Bouchard à Joseph Richard.  
Obligation—Armand Tremblay à J. N. Bergeron.  
Déclaration sociale—E. A. Hébert & Frère.  
Vente—Emile Charrette à Désiré Benoit.  
Quittance—Francis Gélinas à Emile Charette.  
Jugement—Alph. Baril et al., vs Fed. Lafontaine.  
Déclaration sociale—Vallières & Frère.  
Vente—Alexis Blanchette à Méridée Simard.  
Vente—Thomas Young à Dr. J. A. Bélisle.  
Obligation—Méridée Thibault à David Durand.  
Obligation—Joseph Lessard à Vve Nap. Dufresne et al.  
Donation—Gilbert Gagnon et ux., à Roméo Gagnon.  
Donation—Gilbert Roméo Gagnon à Albert Gélinas.  
Mainlevée—F. X. Vanasse à Jos. Lessard.  
Vente—Evariste Lemay à Adélarde Lefebvre.  
Quittance—Evariste Lamy à Adélarde Lefebvre.  
Quittance—Evariste Lamy à Adélarde Lefebvre.  
Vente—Harry Marchand à Evariste Vincent.

**JUGEMENTS EN COUR SUPERIEURE**

Alphonse Baril et André Baril, Shawinigan Falls vs Georges Lafontaine, Shawinigan Falls, \$121.65.  
Toronto Type Foundry vs F. X. Vanasse, Trois Rivières \$167.

**COUR DE CIRCUIT**

Med. Carignan vs Wilfrid Dufour, \$77.31.  
Thomas Noel vs Paul Abran \$55.  
La Banque Nationale vs Pierre Serves, \$82.02.  
Maurice Fortier vs J. Ernest Houle, \$25.00.  
Willie Ferron vs Joseph Vallière \$39.38.  
Aimé Fortin vs Hector Déjarlais \$20.00.  
Bellefeuille et Duplessis vs Hercule Benoit \$41.25.

# LES TRIBUNAUX

## JUGEMENTS EN COUR DE CIRCUIT

T. Toupin vs M. Hamel, \$59.  
 T. A. Fauteux vs Jean Blanchette, \$24.  
 J. G. Bird vs Geo. Burnett, \$18.  
 P. Lavallée vs Philiias, \$50.  
 Main Electric Co. vs A. Robert, \$14.  
 Mireault & Rocheleau vs J. E. Brown, \$76.  
 Main Electric Co. vs J. H. Ethier, \$18.  
 P. Martel vs A. St-Georges, \$10.  
 S. Reinblatt vs Jos. Elle, \$52.  
 M. Lacroix vs W. Cléroux, \$32.  
 A. J. Luxton vs Frederick Perry, Outremont, \$16.  
 A. Brunet vs Thos. Fillon, St-Lazare, \$69.  
 J. T. Lalonde vs A. J. Rougier, Campbell's Bay, \$33.  
 Société Financière, Incorporée vs D. F. Fortin, Danville, \$50.  
 A. Bouthillier vs Fridolin Hébert, Laperle, \$61.  
 H. Levites vs A. Dion, \$17.  
 A. Desrosiers vs E. Martin, \$41.  
 Renfrew Machinery Co., Ltd. vs Mme Jos. Cantin, St-Raymond, \$61.  
 E. L'Heureux vs A. Parent, \$25.  
 L. C. Barbeau vs C. W. Dutton, \$27.  
 Société Financière, Incorporée vs O. Laperle, \$67.  
 E. Dubuc vs H. Martin, \$92.  
 J. E. Beauchamp vs L. P. Hamel, \$75.  
 O. Grignon vs R. Trépanier, \$64.  
 F. Axler vs W. Clarke, \$10.  
 G. Bastien vs W. Poitras, \$31.  
 L. Maranda vs B. Domenico, \$20.  
 H. Laing vs F. Beaulieu, \$20.  
 T. Bennette vs A. Bancroft, \$37.  
 J. Ménard vs O. Nadon, \$29.  
 Mme J. C. Vien et vir vs Jos. Chalut, \$21.  
 J. B. Nadeau vs The Globe Art Institute, \$30.  
 C. Chartrand vs Oscar Benoit, \$76.  
 Spedolence Refg. & Mfg. Co., Ltd. vs Gisco Co., Ltd., \$76.  
 J. Aushhust vs Baril Senkofsky, \$99.  
 U. Julien vs Ovila Joly, \$11.  
 A. Schwartz vs S. Laing, \$57.  
 T. W. Sands vs Lorne Guidlack, \$86.  
 J. A. Cousineau vs E. Proulx, \$15.  
 G. P. Giasson vs C. Locanet, Montigny, \$22.  
 J. A. David vs Jos. Carrière, Verdun, \$64.  
 Mtl. Dairy Co., Ltd. vs R. Lepage, McMasterville, \$27.  
 Mtl. Dairy Co. Ltd. vs Art. Duquette, St-Lin, \$21.  
 P. W. Ehis & Co. Ltd vs M. F. Hicks, Westmount, \$60.  
 E. Poirier vs H. Poirier, St-Pierre, \$61.  
 Can. Syndicate vs H. Caron, Lachine, \$7.00.  
 The City of Lachine vs Art. These-reault Jr. Lachaine, \$69.  
 A. Gratton vs Jos. Martin \$28.  
 C. Campbell vs Robert Ernest alias Amos Mines, \$24.  
 A. Bouchard vs A. Guenette, \$30.  
 J. B. Forcier vs Ed. Lévesque Sr. \$23.  
 M. T. Co. vs Henri Drouin, \$26.  
 Christie Clothing Co. vs W. W. Reid, \$67.  
 A. H. Deland vs N. S. Goss, \$16.  
 E. Anctil et la. vs J. Desrosiers, \$54.

J. Z. Gagnier vs Jas. Payne, \$23.  
 J. D. Duncan Co. Ltd. vs Mme D. A. Sénécal et vir, \$52.  
 J. D. Duncan Co. Ltd vs Wm. Staines, \$15.  
 Com. Ecoles Catholiques de Montréal vs Mme David Scott et vir, \$13.  
 J. A. Buswell vs John Donovan, \$27.  
 A. Dépatie vs P. J. Champagne, \$51.  
 G. D. Porcheron vs Morris Insky, \$62.  
 The City of Lachine vs G. S. Cummings, Lachine, \$226.  
 Cie Auvents des Marchands vs Ls. Gagnon, Outremont, \$59.  
 N. G. Vallquette Ltd vs Ls. Roch, \$71.  
 National Fly Catcher Co. vs Pelland Frères, \$27.  
 A. Brisson vs Jos. Roy, \$49.  
 E. Aumais vs Lorenzo Paquette, \$23.  
 P. M. Beaudoin vs Jos. Miron, \$15.  
 P. M. Beaudoin vs Henri Larouche, \$34.  
 J. A. Rack & Cie vs H. Dohen Sons & Co., \$72.  
 Mme J. A. Ranger vs Jos. Giroux, \$77.  
 J. F. Martel vs Henri Forest, \$10.

## JUGEMENTS EN COUR SUPÉRIEURE

Alice Parent vs L. Payette, Montréal.  
 American Match Ltd vs David F. Stein, Imp. Bag Co., Montréal.  
 J. H. Hand, Ls. Major, Sault au Récollet.  
 Greenfield Land & Const. Co., Ltd vs Albert Marcoux, Acton Vale.  
 Laiton Bros. vs Kenneth Parions, Pte Claire.  
 Banque des Marchands vs F. A. Sylvestre, Vaudreuil.  
 J. A. Brien vs F. A. Fleury, Vaudreuil.  
 J. A. Brien vs Oscar Gladu, Vaudreuil.  
 Paul Lacombe vs Florence Bibeau, Montréal; Mme Arthur Roy, Ile Perrot.  
 Vipond & Vipond, vs Arthur M. Roy, Montréal.  
 J. P. Dupuis, Sinai Jacob, Max Des-sureault, La Reine Abitibi.  
 T. A. Fauteux, vs Jos. Grenier, Montréal.  
 Ward & Co. vs Alf. Legault, Ste-Thérèse Blainville.  
 Morris Simon et al vs Saul Garmaise, A. Gillerman, J. Weisman, Garmaise & Co., Montréal.  
 Thos. Couchar vs Emile Schwarts, F. Norman Adams, Montréal.  
 Larivière Inc. vs Alphonse Caron, A. Caron, B. Caron & Fils, Granby.  
 Masson & Son Ltd, vs Jos. Richer, Albert Pagé, Valleyfield.  
 Laurence & Robitaille Ltée, vs Pierre Fortier, Montréal.  
 J. A. Roch & Co vs Wilfrid Lamoureux, La Cie Française, Montréal.  
 Chas. Lalumière vs Lewis Solomon, H. Solomon & Co., Montréal.  
 Moscovitch Bros Co., Lté, vs L. Silverman, Montréal.  
 John Wilson vs Avarid Denis Ltd, Gust. Avarid, Alfred Denis, Montréal.  
 Marie A. Tessier, vs Arthur Benoit, Montréal.  
 Ls. Simak, vs Sam Freedman, Montréal.  
 A. Létang, vs C. A. Labrecque, Montréal.  
 Ville de Montréal st vs Armand Sautoire, St-Chrysostôme.  
 Eliza St-Denis, vs A. Lafortune, Montréal.

J. B. Martel, vs W. H. Harris, Montréal.  
 Succession Ed. Roy vs H. A. St-Denis, Montréal.  
 Vict. Groleau, vs Thos. Davidson Mfg Co., Ltd., Montréal.  
 Montréal Investment and Realty Co., Ltd, vs A. Berichon, Montréal.  
 A. Charbonneau, vs E. Rhault, Outremont.  
 P. W. Ellis & Co., Ltd, vs F. Milot, Grand Mère.  
 Ville Montréal Est, vs Dieudonné Pelloquin, Montréal.  
 H. C. Weston vs Edward Kelley, Montréal.  
 M. Connolly vs E. A. D. Morgan, Montréal.  
 North Ame. Acc. Ass. Co. vs R. W. Marshall Ltd, Montréal.  
 Peter Hawley, Can Steel Foundries Ltd, Montréal.  
 Jos. Dupras vs J. U. Dupont, Montréal.  
 Edward Fres. Vincent, vs Mary Ferguson, Montréal.

## VENTES PAR HUISSIER

David Fineberg vs Paul Deziel, 24 nov., 10 a. m., 731 St-André, Brossard.  
 Mme C. Landry vs F. Forlat, 24 nov., 10 a.m., 336 Dumas, Brossard.  
 G. Kauffman vs O. Lajeunesse, 11 a.m., 1954 Chateaubriand, Brossard.  
 Virginie Prizeau, vs Emile Daoust, 24 nov., 11 a. m., 4 Rolland, Brossard.  
 Wm. Oar vs Chas Heath, 24 nov., 11 a.m., 2104 Boyer, Brossard.  
 A. Leclair vs J. McGilleoïq, 26 nov., 10 a.m., 753 1st ave. Viauville, Laperle.  
 M. M. F. Kelly vs Emery Laporte, 26 nov., 10 a.m., 225 Brown, Laperle.  
 Can. Railway Co., Dom. Transport Co., Ltd vs W. B. Gilmour, 26 nov., 2 p.m., 50 Fort, Marson.

## ABANDON JUDICIAIRE

Leclair Shipbuilding Co., Sorel, P. L. Turgeon, curateur.

## DEMANDES EN SEPARATION BIENS.

Béatrice Harte vs Wm. Weller, Montréal.  
 Delphina Clermont vs Etienne Alcide Goyette.  
 Maria Jolicoeur de Labelle vs Arthur Nantel.

## CURATEURS

François Moraud de St-Jérôme, Lefavre & Gagnon, curateurs.  
 West End Motor Sales Montréal, Edmond Carneau, curateur.  
 L. C. Beauchamp, Montréal, J. G. Duhamel, curateur.  
 John Wilkins & Co., Vincent & Lamarre, curateurs.

# Le Marché de l'Alimentation

Mercredi soir, le 19 novembre 1919.

Le marché des porcs est plus facile et cela s'applique aux animaux vivants et abattus. D'une façon générale, il en est résulté des déclinés sur les prix des jambons, du bacon, du porc en baril, etc. Le saindoux et la graisse végétale ont également baissé. Les divers morceaux de choix ont subi une révision de prix, dont plusieurs ont baissé. Le marché du beurre est très fort, mais il n'y a pas de changement à noter. Les oeufs se sont maintenus très fermes, mais sans changement. Les oeufs strictement frais sont difficiles à trouver en quantités nécessaires. Les ventes de volailles sont actives de même que celles du poisson avec des approvisionnements suffisants pour répondre aux besoins du commerce et seuls de petits changements insignifiants ont été faits. Le commerce est très satisfaisant. Les maisons de salaison, dit-on, disposent de quantités considérables de produits du porc aux acheteurs à l'extérieur, y obtenant des prix plus élevés pour ce qu'ils ont à vendre.

## LES MEILLEURS PORCS VIVANTS A \$17.00; LES MORCEAUX DE CHOIX DE VIANDE FRAI- CHE BAISSENT

Vianes fraîches — Le marché des porcs a enregistré certains petits changements au cours de la semaine. Les porcs abattus à la campagne sont cotés à \$22 le quintal. Les divers morceaux de choix de porc et de boeuf ont baissé, bien que les prix du porc a enregistré certains petits en demande active. Les stocks sont suffisants pour répondre aux besoins immédiats. En général, ces approvisionnements sont de bonne qualité.

Nous cotons:

Porcs vivants . . . . .	17.00	17.25
Porcs préparés—		
Tués aux abattoirs, petits		
65-90 lbs . . . . .	24.50	25.00
Trufes (pesantes) . . . . .		21.00
Porc frais—		
Gigot de porc (trimmé) . . . . .		0.31½
Longes (trimmées) . . . . .		0.36
Longes (non trimmées) . . . . .		0.32
Epaules (trimmées) . . . . .		0.25
Saucisse de porc (pure) . . . . .		0.24
Saucisse de ferme . . . . .		0.18
Boeuf frais—		
(Steers et Helfers):		
Quartiers derrière . . . . .	0.23	0.25
Quartiers devant . . . . .	0.14	0.15
Longes . . . . .		0.35
Côtes . . . . .		
Chucks . . . . .		
Hanches . . . . .		

(Vaches)—

Quartiers derrière . . . . .	0.18	0.20
Quartiers devant . . . . .	0.11	0.13
Longes . . . . .		0.27
Côtes . . . . .		0.22
Chucks . . . . .		0.11
Hanches . . . . .		0.17
Veaux (suivant qualité) . . . . .	0.22	0.28
Agneaux, 50-80 lbs (en- tlers), la lb. . . . .	0.22	0.28
Mouton, 45-50 lbs No 1 . . . . .		0.18

## LES JAMBONS FUMES; LE BACON ET LES VIANDES EN BARILS BAISSENT

Vianes préparées — Un commerce actif a été fait sur les diverses variétés de bacon et il y a eu au cours de la semaine un certain affaiblissement dont le résultat a été des déclinés sur la plupart des variétés. Les jambons aussi ont été plus faciles, et il y a une demande moins considérable que jamais auparavant. Le porc en barils est plus facile avec un déclin pour le porc "heavy mess".

Nous cotons:

Vianes préparées—		
Jambons:		
Médium, fumés, la lb—		
(Poids) 12-14 lbs . . . . .		0.36
14-20 . . . . .		0.35
20-25 . . . . .		0.33½
25-35 . . . . .		0.30½
Plus de 35 lbs . . . . .	0.29	0.30
Bacon—		
Déjeuner, la lb. (suivant qualité) . . . . .	0.35	0.50
Windsor . . . . .	0.45	0.49
Cottage rolls . . . . .		0.32½
Jambon Picnic . . . . .		0.29
Porc en baril—		
Canadian short cut (lb.) morceaux 30-40 . . . . .		54.00
Dos, clear fat (bbl.) mor- ceaux 40-50 . . . . .		56.00
Porc, lourd (baril) . . . . .		42.00
Boeuf (plate) . . . . .		32.00
Boeuf, (mess) . . . . .		29.00
Porc engraisé aux fèves . . . . .		48.00

## LES JAMBONS CUITS ET LES LANGUES DE PORC BAISSENT

Vianes cuites — Le marché des jambons cuits est plus facile, étant cotés à 50½c la lb. La langue de porc a baissé également, son prix ici étant de 40c la lb. pour la variété en gelée. Le commerce a été stable et les stocks sont suffisants pour répondre à la demande.

Nous cotons:

Tête en fromage . . . . .	0.14	0.15
Langue de boeuf en gelée, choix . . . . .		0.59
Langue de porc en gelée . . . . .		0.40
Jambon et langue, la lb. . . . .		0.30
Veau et langue . . . . .		0.23
Jambons, rôis . . . . .		
Jambons, cuits . . . . .		0.50½

Epaules, rôties . . . . .		
Epaules, bouillies . . . . .	0.44	
Pâtés de porc (doux) . . . . .		
Boudin, la lb. . . . .		0.12
Mince meat, la lb. . . . .	0.15	0.19

## LES PRIX DE LA GRAISSE VEGE- TABLE ONT BAISSÉ

Graisse végétale — Les prix sont plus bas que ceux de la semaine dernière, les réductions étant d'environ un centin sur toute la ligne. Cette baisse est arrivée à la suite de l'affaiblissement des marchés du saindoux. Les stocks ont parfaitement répondu aux demandes.

Nous cotons:

Saindoux, pur—		
Tierces, 400 lbs, la lb. . . . .	0.28	0.28½
Tinettes, 50 lbs . . . . .	0.28½	0.29
Seaux, 20 lbs, la lb. . . . .	0.28½	0.29½
Morceaux de 1 lb., la lb. . . . .	0.30	0.30½

## LES PRIX DU SAINDOUX BAISSÉ; LES APPROVISIONNE- MENTS SONT CONSIDERA- BLES

Saindoux — Des prix réduits sont en vigueur pour le saindoux pur et le marché a baissé de 1½c à 2c. On attribue cette baisse à l'accumulation des stocks et à la vive concurrence qui existe actuellement. Il est aussi évident que l'ordonnance du nouveau Bureau du Commerce a contribué à rendre le ton plus facile, bien qu'un marchand de gros ait déclaré que les stocks sont expédiés sur les marchés des Etats-Unis, où des prix plus élevés peuvent être obtenus. La demande locale est encore active.

Nous cotons:

Tierces, 400 lbs, la lb. . . . .	0.29	0.29½
Tinettes, 50 lbs, la lb. . . . .	0.29½	0.29¾
Seaux, 20 lbs, la lb. . . . .	0.26½	0.39
Morceaux, 1 lb, la lb, . . . . .	0.30½	0.31

## LA MARGARINE SE VEND BIEN ET ELLE EST SUR UNE BASE STABLE

Margarine — Un commerce stable a été fait. La température plus froide aura pour effet de développer le commerce et avec le beurre cher, il n'y a pas le moindre doute que les prix deviendront plus faciles, bien qu'aucun affermissement n'ait encore été enregistré.

Margarine—		
En morceaux, suivant la qualité, la lb. . . . .	0.36	0.38
En tinettes, suivant la qualité, la lb. . . . .	0.31	0.34



**LE BEURRE MONTE**

Beurre — En sympathie avec le marché de New-York qui a enregistré samedi une hausse de 1/2 à 1c la lb. pour le meilleur crémier, le ton du marché ici continue d'être fort par suite de la demande continuelle et de belles affaires ont été faites sur le marché local et pour l'envoi à l'extérieur.

Crèmerie Pasteurisé . . .	0.66	0.66 1/2
Le meilleur crémier . . .	0.65 1/2	0.65 3/4
Bon crémier . . . . .	0.64 1/2	0.64 3/4
Le meilleur de ferme . . .	0.59	0.60

**LES OEUFS STRICTEMENT FRAIS SONT RARES**

Oeufs — Il devient de plus en plus difficile de se procurer chez les producteurs des stocks suffisants d'oeufs frais. Bien qu'ils soient cotés nominale-ment à 72-73c, il est presque impossible de remplir les commandes. Les oeufs de choix se vendent bien et la demande se maintient merveilleusement bien de semaine en semaine.

Oeufs strictement frais . . . . .	0.80
De choix . . . . .	0.65
No 1 . . . . .	0.58
No 2 . . . . .	0.55

**LE MARCHE DES VOLAILLES EST FERME**

Volailles — Le seul changement important sur le marché des volailles préparées a été un ton plus fort pour les oies et les prix ont monté de 3c à 4c la lb. par suite de l'augmentation de la demande et des petits stocks qui arrivent. Les lots parmi lesquels le triage pouvait se faire se sont vendus de 25c à 28c la lb. Les marchés des autres lignes est ferme avec des arrivages suffisants pour répondre à tous les besoins et il se fait un bon commerce. Le marché des volailles vivantes est actif sans changement de prix toutefois.

Nous cotons les prix suivants:

	En vie	Préparés
Dindes . . . . .	32c à 35c	40c à 44c
Poulets . . . . .	21c à 26c	20c à 28c
Canards . . . . .	18c à 20c	25c à 28c

**LES PATATES SANS CHANGEMENT; ELLES POURRAIENT MONTER**

Patates — La demande continue d'être bonne pour les patates de toutes les sources et comme il n'y a pas d'augmentation dans les arrivages, le marché prend vite toutes les offres qui y sont faites. Il n'y a pas de changement dans les prix, mais le ton est fort et une avance peut se produire dans un avenir très rapproché. Le commerce est actif avec des ventes de lots de char de patates blanches Québec à \$1.80 le sac de 90 lbs ex-

track, et en gros à \$2 le sac de 90 lbs ex-magasin.

**LE POISSON EN ABONDANCE ET L'ON S'ATTEND A UNE GROSSE DEMANDE**

Poisson — Beaucoup de poisson est demandé actuellement par le commerce et l'on a hâte de savoir le résultat de la fête nationale du poisson. Le commerce des huîtres s'améliore et les commandes augmentent de jour en jour. Les poissons gelés et salés seront bientôt en plus grande demande.

Nous cotons:

**Poisson frais**

Carpe, la lb . . . . .	0.11	0.12
Doré . . . . .	0.20	0.20
Anguilles, la lb. . . . .	0.12	0.12
Bullheads (préparées) . . . . .	0.13	0.13
Gaspereaux, chacun . . . . .	0.08	0.08
Haddies . . . . .	0.12	0.13
Finet de haddies . . . . .	0.00	0.00
Haddock . . . . .	0.07 1/2	0.08 1/2
Flétan, Est . . . . .	0.24	0.24
Flétan, Ouest . . . . .	0.23	0.24
Morue, tranchée . . . . .	0.10	0.12
Morue pour le marché . . . . .	0.06 1/2	0.07 1/2
Carrelets . . . . .	0.08	0.10
Crevettes . . . . .	0.35	0.40
Homards vivants . . . . .	0.35	0.35
Petit brochet (pike), la lb. . . . .	0.13	0.13
Saumon (B.C.), la lb, rouge . . . . .	0.25	0.26
Saumon de Gaspé . . . . .	0.28	0.30
Truite des Lacs . . . . .	0.20	0.20
Maquereau . . . . .	0.14	0.15
Poisson blanc . . . . .	0.17	0.18
Truite de russeaux . . . . .	0.38	0.40

**Poisson fumé**

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

**Poisson gelé**

Gaspereaux, la lb. . . . .	0.06 1/2	0.07
Flétan, gros et petit . . . . .	0.19	0.20
Flétan, de l'Ouest . . . . .	0.20	0.21
Flétan, moyen . . . . .	0.21	0.22
Haddock . . . . .	0.06 1/2	0.07
Maquereau . . . . .	0.13	0.13
Doré . . . . .	0.14	0.15
Morue en tranches . . . . .	0.08	0.08 1/2
Saumon de Gaspé, la lb. . . . .	0.24	0.25

**Poisson salé**

Morue—

Morue, gros baril, 200 lbs . . . . .	21.00
Morue, No 1, medium, brl de 200 lbs . . . . .	20.00
Morue No 2, brl de 30 lbs . . . . .	18.00
Pollock No 1, brl de 200 lbs . . . . .	15.00
Morue, sans arêtes (boîtes de 30 lbs), la lb. . . . .	0.20
Morue, sans arêtes, (cartons de 24 lbs), la lb. . . . .	0.20
Morue (Ivory), morceaux de 2 lbs, boîtes de 20 lbs . . . . .	0.18
Morue, sans arêtes (2 lbs) . . . . .	0.23
Morue, en filaments (boîtes de 12 lbs) . . . . .	2.40
Morue séchée, baril de 100 lbs . . . . .	13.00

**Poisson fumé**

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

**L'EPICERIE**

Il y a eu au cours de la semaine un mouvement très stable des articles d'épicerie aux acheteurs généraux et le seul inconvénient que l'on a éprouvé ça été de ne pas se procurer tout ce dont on avait besoin. Les prix ont monté sur quelques lignes, tandis qu'ils ont baissé sur d'autres.

**UN PEU D'AMELIORATION DANS LES LIVRAISONS DU SUCRE**

Sucre — La plus petite amélioration est accueillie avec plaisir dans le moment en ce qui concerne les approvisionnements. Les raffineries St. Lawrence ont de nouveau repris leurs opérations pendant que les raffineries de Montréal et d'Halifax continuent à fondre. Le commerce reçoit une assez bonne quantité et l'on peut dire que tous en reçoivent. Les tendances portent vers l'affermissement, mais les cotations restent sans changement.

Nous cotons:

Les 100 livres

Atlantic, extra granulé . . . . .	11.25
Acadia, extra granulé . . . . .	11.75
St. Lawrence, extra granulé . . . . .	11.25
Canada, extra granulé . . . . .	11.25
Deminton cristal granulé . . . . .	11.25
Glacé, barils . . . . .	11.00
Glacé, (boîtes de 25 liv.) . . . . .	11.20
Glacé, (boîtes de 50 liv.) . . . . .	11.60
Glacé, 1 livre . . . . .	12.80
Jaune No 1 . . . . .	10.85
Jaune No 2 or . . . . .	10.25
Jaune No 3 . . . . .	10.15
Jaune No 4 . . . . .	10.10
En poudre, barils . . . . .	11.00
En poudre, 50s . . . . .	11.30
En poudre, 25s . . . . .	11.50
Cubes et déc. 100 lbs . . . . .	11.85
Cubes, boîtes de 50 lbs . . . . .	11.95
Cubes, boîtes de 25 lbs . . . . .	12.15
Cubes, paq. de 2 lbs . . . . .	13.25
En morceaux Paris, barils . . . . .	11.60
" " 100 lbs . . . . .	11.70
" " boîtes 50 lbs . . . . .	11.80
" " boîtes 25 lbs . . . . .	12.00
" " cartons 5 lbs . . . . .	11.70
" " cartons 2 lbs . . . . .	13.50
Crystal Diamond, barils . . . . .	11.85
" " boîtes 100 lbs . . . . .	11.95
" " boîtes 50 lbs . . . . .	12.05
" " boîtes 25 lbs . . . . .	12.25
Demerara, pâle, la lb. . . . .	0.10

**PEU DE VENTES POUR L'EXPORTATION; LES CONSERVES SONT STABLES**

Conserves — Le marché est stable et sans changements notables. Très peu d'importation a été fait dernièrement, et il y a juste un bon mouvement vers le commerce domestique. La livraison des commandes inscrites a été forte au commerce, et les marchands, dit-on, ont accepté avec plaisir leurs stocks complets. Aux Etats-Unis un peu de faiblesse a caractérisé certaines lignes, mais aucune réduction définitive n'a été faite. Les sardines de Norvège ont baissé.

**CONSERVES DE FRUITS**

**Nous cotons:**

Pommes, 2½s. doz. . . . .	1.40	1.65
Pommes, 3s., doz. . . . .	1.80	1.95
Pommes, gall., doz. . . . .	5.25	
Blueberries, 2s . . . . .	2.25	2.40
Groseilles, noires, 2s. doz. . . . .		4.65
" gallon, doz. . . . .		16.00
Cerises rouges, sans noyau, sirop épais, la douz. . . . .	4.50	4.75
Cerises blanches, sans noyau . . . . .	4.50	4.75
Gooseberries, 2s doz. . . . .	4.65	
Gooseberries, 2s. (seaux) 2.77½		2.80
Pêches, 20 onces, doz. . . . .		
Pêches, No 2 . . . . .	3.00	3.75
Pêches, 2½ (sirop clair) . . . . .	4.00	4.75
Poires, 2s . . . . .	4.25	4.75
Poires, 2½s . . . . .	5.25	5.40
Poires, 2s (sirop clair) . . . . .	1.90	
Ananas (gratté et tranché) 2s. . . . .	3.60	
Boîtes plates, 1 lb., douz. . . . .	1.90	
Boîtes rondes, 2 lbs, douz. . . . .	2.30	
Boîtes, 2½s . . . . .	4.00	4.50
Pruneaux Lombardie . . . . .	2.00	2.20
Prunes, Reines-Claudes, vertes, 2s. . . . .		2.45
" Reines-Claudes (sirop clair) 2s . . . . .		2.00
Framboises, 2s . . . . .	4.70	
Framboises, 2½s . . . . .		
Fraises, 2s . . . . .	4.65	

**LEGUMES**

Asperges (américaines vertes), doz. 2½s . . . . .	4.50	4.85
Asperges importées, 2½s. . . . .	4.85	5.25
Asperges (pointes) canadiennes . . . . .	5.50	6.00
Fèves, Golden Wax . . . . .	1.85	2.10
Fèves, Refugee . . . . .	2.00	2.10
Blé-d'Inde (2s) . . . . .	1.65	1.70
Betteraves, 2 lbs . . . . .	1.00	
Carottes (tranchées), 2s. . . . .	1.45	1.75
Blé-d'Inde (en épis) gal. . . . .	7.00	7.50
Epinards, 3s. . . . .	2.85	
Epinards, Can. (2s) . . . . .	1.80	
Epinards Californie, 2s . . . . .	3.15	3.50
Tomates, 1s . . . . .	0.95	1.00
Tomates, 2s. . . . .	1.50	
Tomates, 2½s. . . . .	1.85	1.90
Tomates, 3s . . . . .	2.15	
Tomates, gallons . . . . .	6.00	7.02½
Citrouille, 2½s. (douz.) . . . . .	1.10	
Citrouille, gallon (douz.) . . . . .	3.25	
Pois, standards . . . . .	1.85	1.90
Pois, early June . . . . .	1.92½	1.97½
Pois, très fins. 20 oz. . . . .		3.00
Pois, 2s., 20 oz. . . . .		1.57½
Pommes de terre, Can. sucrées, boîtes 2 liv. . . . .		2.75
Olives (en barils, 49 gallons à vin) gall. . . . .		1.35

**POISSON**

**Saumon:**

Chums, boîtes de 1 lb., hautes . . . . .		2.00
Chums, boîtes de ½s., plates . . . . .	1.20	
Sockeye, 48, 1s douz. . . . .	4.75	
Sockeye, 96, ½s douz. . . . .	2.50	
Boîtes hautes de 1 lb. caisses de 4 dz., la dz. . . . .	4.00	4.30
Pinks, 1 lb., plates . . . . .	2.25	
Pinks, 1 lb., hautes . . . . .	2.60	
Pinks, ½ lb., douz. . . . .	1.37½	
Pale, 1 lb., douz. . . . .	2.37½	
Pinks, ½ lb., douz. . . . .	1.50	
Cohoes, 1 lb., hautes . . . . .	3.50	
Cohoes, 1 lb., hautes . . . . .	3.75	
Cohoes, ½ lb., plates . . . . .	1.90	
Red Springs, 1 lb., hautes . . . . .	4.00	4.60
Red Springs, ½ lb. . . . .	4.00	
White Springs (1s) . . . . .	2.40	

Saumon Gaspé, marque Niobé (caisses de 4 dz.) la douz. . . . .	2.25	
Saumon Labrador, 1 lb., plates . . . . .	3.60	
Saumon Alaska, rouge, 1 lb. . . . .	4.25	4.50
Pilchard, 1 lb., hautes . . . . .	1.90	2.00
Steak de baleine, 1 lb., plates . . . . .	1.90	
Hareng, importé, sauce aux tomates . . . . .	3.25	
Hareng, kippered . . . . .	2.85	2.90
Harengs, kippers, douz. (casse de 4 douz.) . . . . .	2.35	
Harengs (sauce aux tomates) douz. . . . .	1.85	
Haddies (lunch), ½ lb. . . . .	1.00	
Haddies, chicken, (4 dz. à la casse) douz. . . . .	2.25	2.35
Sardines canadiennes (en casse) . . . . .	6.25	6.75
Sardines norvégiennes, la casse de 100 (¼s) . . . . .	24.00	25.00
Sardines canadiennes (suivant la qualité), la casse . . . . .	6.25	17.50
Sardines françaises . . . . .	32.00	34.00
Viande de crabe japonaise, douz. . . . .	6.50	
Clams (rivière), 1 lb., la douz. . . . .	1.90	

**LES POIS CASSES PLUS CHERS; LES FEVES SE VENDENT BIEN**

Fèves, pois — On rapporte un commerce stable pour les fèves, les meilleures variétés étant accueillies avec faveur. Les stocks sont suffisants pour répondre aux besoins. Les pois cassés ont monté à \$8.00 le boisseau chez certains marchands.

**Nous cotons:—**

Fèves canadiennes, triées à la main, le boisseau . . . . .	5.40	5.75
Colombe-Anglaise . . . . .	5.00	
Fèves brunes . . . . .	3.50	4.00
Japonaise . . . . .	5.25	
Yellow Eyes . . . . .	5.50	
Lima, la livre . . . . .	0.10	0.12
Kidney . . . . .	6.00	6.50
Pois blancs, à soupe, le boisseau . . . . .	4.00	
Pois split, nouvelle récolte (98 livres) . . . . .	7.00	7.25

**LES PRIX DES NOIX SE MAINTIENNENT; D'AUTRES APPROVISIONNEMENTS ATTENDUS BIENTOT**

Noix — La tendance porte vers l'affermissement sur la plupart des lignes de noix et bien qu'il n'y ait pas eu de changement sur ce marché, l'on s'attend à ce que les livraisons au commerce soient considérables, avec l'approche de la saison des fêtes et un commerce de saison plus considérable que d'habitude. Les consignations qui avaient été détenues à New-York en attendant le règlement de la grève des débardeurs seront déchargées et livrées à leurs divers consignataires.

**Nous cotons:**

Amandes Tarragone, la lb. . . . .	0.28	0.30
Amandes (écalées) . . . . .	0.62	

Amandes (Jordan) . . . . .	0.75	
Noix du Brésil, (nouvelles) . . . . .	0.26	
Noix du Brésil (med.) . . . . .	0.15	0.17
Chataignes (canadiennes) . . . . .	0.20	
Avelines (Sicile), la lb. . . . .	0.28	0.30
Avelines Barcelone . . . . .	0.25	0.26
Noix Hickory (grosses et petites) . . . . .	0.10	0.15
Pecans (New Jumbo) la lb. . . . .	0.40	
Peanuts (rôties) —		
Jumbo . . . . .	0.23	0.25
Fancy . . . . .	0.15	0.17
Extras . . . . .	0.12	0.14
Salées espagnoles, la lb. . . . .	0.29	0.30
Ecalées No 1, Espagnoles . . . . .	0.25	0.26
Ecalées No 1 . . . . .	0.16½	0.18
Ecalées No 2 . . . . .	0.14	
Peanuts (salées) —		
Fancy entières, la lb. . . . .	0.38	
Fancy cassées, la lb. . . . .	0.33	
Pecans (nouvelles Jumbo) la lb. . . . .	0.32	0.35
Pecans, grosses, No 2, petites . . . . .	0.32	0.35
Pecans, Nouvelle-Orléans, No 2 . . . . .	0.21	0.24
Pecans, "Paper shell", très grosses Jumbo . . . . .	0.60	
Noix (Grenoble) . . . . .	0.29	0.35
Noix (Nouvelles de Naples) . . . . .	0.23	0.25
Noix (écalées) . . . . .	0.90	
Noix (espagnoles) . . . . .	0.30	0.33

**LES FRUITS SECS ARRIVENT LENTEMENT; LE MARCHÉ EST FERME**

Fruits secs — Bien que certains arrivages aient été enregistrés, le mouvement des fruits semble peu considérable pour plusieurs items. Cela est probablement dû à une certaine congestion, et un importateur l'attribue à la rareté des wagons à marchandises. On dit que les enquêtes faites aux Etats-Unis relativement à la fixation des prix pour les divers fruits secs peut avoir pour effet de modifier la base, mais, naturellement, personne ne sait si cela amènera la réduction des cotations. Il y a une demande toute prête pour les stocks à mesure qu'ils arrivent, et dans quelques cas, c'est une indication que les prix deviendront plus faciles.

**Nous cotons:**

**Abricots—**

Slabs . . . . .	0.28	
Fancy . . . . .	0.32	
Pommes (évaporées) . . . . .	0.23½	0.24
Pêches (fancy) . . . . .	0.26	
Faced . . . . .	0.19	0.20
Choix . . . . .	0.20	0.24
Grand choix . . . . .	0.21	0.24
12 onces par paquet . . . . .	0.16	0.18
Poires . . . . .	0.26	
Pelures (anciennes)—		
Lemon . . . . .	0.46	0.47
Orange . . . . .	0.47	0.48
Citron . . . . .	0.62	0.63
<b>Raisins—</b>		
En vrac, boîtes de 25 lbs, la lb. . . . .	0.18	0.23
Muscatsels, 2 couronnes . . . . .	0.16	
Muscatsels, loose, 3 couronnes, la lb. . . . .	0.18	
Muscatsels, 1 couronne, la lb. . . . .	0.14	
Epepiné de choix, 12 onces . . . . .	0.14	
Epepiné fancy, paquets de 16 onces . . . . .	0.22	

Epepiné de choix, paquets de 15 onces . . . . .	0.16	0.18
Sans pepins, paquet de 11 onces . . . . .	0.13½	0.14
Sans pepins, paquet de 15 onces . . . . .	0.23	
Sans pepins (fancy) . . . . .	0.18	
Sans pepins (fancy) . . . . .	0.17	
Valence, choisi . . . . .	0.11½	
Valence, 4 couronnes, par couches . . . . .	0.11½	
Sultanas (bleached), boîtes de 50 lbs . . . . .	0.16	0.20
Corinthe, anc. empq., 15 onces . . . . .	0.27½	0.28
Corinthe (grec) en vrac . . . . .	0.18	
12 onces . . . . .	0.16½	
Boîtes de 50 lbs, loose . . . . .	0.20	0.23
Paquets de 15 onces . . . . .	0.20½	0.23
Paqts. 8 onces (20 paqts). . . . .	2.00	2.60
Paqts. 6 onces (50 paqts). . . . .	3.60	4.75
Paqts. 4 onces (70 paqts). . . . .	3.70	5.00
Ainslia, 80 lbs. . . . .	0.28	
12 onces . . . . .	0.26	
12 onces, nouveau . . . . .	0.32	
Corinthe de Calif. (loose). . . . .	0.18	0.22
"Currants", Calif., paqt. de 15 onces . . . . .	0.20	0.22
Dattes Excelsior, la caisse (36-10s.) . . . . .		6.25
Dattes Dromadaïres (36-10s) . . . . .		7.25
Paquets seulement, Excelsior . . . . .	0.19	0.20
Paquets seulement, Excelsior . . . . .	0.19	0.20
Dattes Dromadaïre . . . . .		0.22
Figues (couche), boîtes de 10 lbs. . . . .	2.60	3.00
Figues blanches (boîtes de 70, 4 onces) . . . . .		5.40

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

Sirop de blé-d'Inde:—	
Barils, environ 700 livres . . . . .	0.08½
½ baril . . . . .	0.08½
Kegs . . . . .	0.08½
Boîtes de 2 livres, caisse 2 doz., la caisse . . . . .	5.45
Boîtes de 5 livres, caisse 1 doz., la caisse . . . . .	6.05
Boîtes de 10 livres, caisse ½ doz. la caisse . . . . .	5.75
Boîtes de 20 livres, caisse ½ doz. la caisse . . . . .	5.70
2 galls, seau 25 liv., chaque . . . . .	2.60
3 galls, seau 38½ liv., chaque . . . . .	3.85
5 galls, seau 65 liv., chaque . . . . .	6.25
Sirop de blé-d'Inde blanc:	
Boîtes de 2 livres, 2 doz. à la caisse . . . . .	5.95
Boîtes de 5 livres, 1 doz. à la caisse, la caisse . . . . .	6.55
Boîtes de 10 livres, ½ doz. à la caisse, la caisse . . . . .	6.25
Boîtes de 20 livres, ¼ doz. à la caisse, la caisse . . . . .	6.20
Sirop de canne (crystal Diamond):	
Boîtes 2 livres, 2 doz., à la caisse . . . . .	7.50
½ barils, les 100 livres . . . . .	10.25
Barils, les 100 livres . . . . .	10.00
Glucose, cans 5 livres (caisse). . . . .	4.80
Mélasses des Barbades:—	
Prix pour l'île de Montréal	
Puncheons . . . . .	1.05 1.10
Barils . . . . .	1.08 1.13
Demi-barils . . . . .	1.10 1.15

**LE PRIX DE LA MELASSE MONTE ENCORE**

Mélasse et sirops — Une autre hausse a été faite par une maison de gros sur la mélasse de choix qui se vend actuellement 5c de plus le gallon. Les tendances portent vers la hausse et il se pourrait que les prix n'aient pas encore atteint leur plus haut niveau. Actuellement, la demande est stable et considérable pour les sirops de maïs et les prix sont fermement maintenus.

**LES PRIX DU FOIN DEPENDRONT DE L'HIVER**

Foin et grain — Si l'hiver est doux, il est probable que les prix du foin

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

Exigez cette  
**Marque**



Pour avoir ce qu'il y a de mieux en fait de  
**Saucisses au porc frais Frankfurt**  
**Jambon Pressé**  
**Saucissons de Boulogne**  
**Saucissons Spéciaux**  
**Régulier et à l'ail**

**COTE & LAPOINTE**  
Enr.  
287 rue Adam, MAISONNEUVE

**INVENTIONS**  
Protégées en tous pays  
Si vous avez une invention à développer et à protéger, une marque de commerce à faire enregistrer, veuillez communiquer avec nous.  
Nous nous chargerons de faire pour vous les recherches nécessaires. Nous vous aiderons de nos conseils et nous vous donnerons tous les renseignements que vous désirez.

**PIGEON & LYMBURNER**  
AUTREFOIS  
**PIGEON, PIGEON & DAVIS**  
Edifice "Power" MONTREAL

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

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

**Arthur Brodeur**  
MANUFACTURIER  
D'EAUX GAZEUSES  
Spécialités:  
Iron Brew Cidre Champagne  
Ginger Ale Cidre de Pomme  
Cream Soda Eau Minérale  
Lemon Sour Fraise  
Cherry Cream Orange  
Champagne Kola Siphon, Etc.  
35 rue Frontenac, TELEPHONE LASALLE 256

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

seront moins élevés. Actuellement, les cultivateurs gardent leur foin dans le but de faire monter les prix et ils ne sont pas bien disposés à vendre leur récolte à meilleur marché que les prix donnés plus bas. Les marchands de grain ont enregistré quelques fluctuations avec des avances et des baisses alternativement.

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

Foin:

Bon, No 1, tonne de 2,000 lbs	\$23.00
Bon, No 2	22.00
Bon, No 3	20.00
Paille	11.00

Avoine:

No 2 C.W. (34 lbs)	0.97½
No 3 C.W.	0.96
Extra Feed	....
No 1 Feed	0.94
No 2 Feed	0.92

Orge:

No 3 C.W.	1.56
No 3	1.55
No 4 C.W.	1.53

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

**AVEC BEAUCOUP D'HERBE LES VENTES DE NOURRITURES SONT MOINS CONSIDÉRABLES**

Nourritures — Bien que les marchés soient stables, la vente des nourritures à bestiaux n'est pas considérable, car la température permet encore de laisser les bestiaux brouter l'herbe des pâturages. Toutefois, les approvisionnements sont suffisants pour répondre aux besoins actuels et les prix restent sans changement.

Nourritures—

Shorts:

Chars mélangés	52.00
----------------	-------

Son:

Chars mélangés	45.00
Avoine moulue	60.00 68.00
Orge (chop)	64.00 70.00
Midlings spéciales	61.00 62.00
Farine à nourriture (sac de 98 lbs)	3.75
Nourriture de gluten (22% de protéine):	
F. O. B. Cardinal	64.00
F. O. B. Fort William	62.00

**LES ALLSPICES ET LES CLOUS COMMENCENT A ARRIVER**

Epices — Le marché des clous et

des allspices est à la hausse et les marchands ont commencé à hausser leurs prix la semaine dernière. On rapporte que le mouvement est bon sur ce marché.

Allspice	0.20	0.22
Cassia	0.33	0.35
Cannelle—		
Rouleaux	0.35	
Pure moulue	0.35	0.40
Clous	0.65	0.70
Crème de tartre (française, pure)	0.75	0.80
Chicorée canadienne	0.20	
Américaine (high test)	0.80	0.85
Gingembre	0.29	
Gingembre (Cochin ou Jamaïque)	0.31	
Macis	1.00	1.00
Epices mélangées	0.30	0.32
Muscade, entières	0.60	0.70
Muscade, moulue	0.65	
Poivre noir	0.38	0.40
Poivre blanc	0.50	0.55
Poivre (Cayenne)	0.35	0.37
Epices à marinades	0.25	0.27
Paprika	0.65	0.70
Turmeric	0.28	0.30
Acide tartarique, la lb. (en cristaux ou en poudre)	1.00	1.10
Graine de cardemome, la lb., en vrac	2.00	
Carvi (carraway) holl. nominal	0.30	0.35
Cannelle, Chine, la lb.	0.30	
Cannelle, la lb.	0.35	
Graine de moutarde, en vrac	0.35	0.40
Graine de céleri, en vrac (nominal)	0.75	0.80
Noix de coco filamenteuse, en seaux	0.21	0.28
Piments entiers	0.20	0.22

**PLUS DE COMMANDES POUR L'EXPORTATION FONT L'AFFAIRE DES MINOTERIES**

Farines — La réception de commandes pour plus d'un demi-million de barils, cette semaine, a aidé les minoteries. Le commerce domestique est limité, bien que le mouvement soit assez bon. Le ton est décidément ferme et il n'est pas improbable que certaines avances soient faites sur ce marché.

Nous cotons:

Chars straight ou mixtes, 50,000 lbs, sur la voie, le baril, en (2)sacs de juste, 98 lbs	11.00
--	-------

La lb. en (2) sacs de coton, 98 lbs	11.15
Petits lots, le baril (2) sacs de jute, 98 lbs	11.30
Farine de blé d'hiver (baril)	10.75

**LES PRIX SONT FERMES POUR LES DIVERSES VARIETES DE RIZ**

Riz et tapioca — Les prix sont fermes pour le riz des diverses variétés et il est probable que des stocks seront détenus à des prix qui montreront un léger déclin.

Nous cotons:

Ice Drips, Japon (les 100 lbs)	13.60
Caroline	17.00 18.00
Honduras	18.00
Siam No 2	12.50
Slam, (fancy)	16.00
Rangoon "B"	11.75 13.00
Rangoon "CC"	11.75 12.90
Sparling	15.75
Niandarin	13.75
Patna	0.14 0.15½
Riz brisé, fin	7.00
Riz brisé, gros	8.50 9.00
Sagou, brun	0.15 0.16
Tapioca, la lb. (seed)	0.12½ 0.16
Tapioca, (flake)	0.13
Tapioca (pearl)	0.12½ 0.14

**LE CAFE EST FERME ET LES VENTES SE MAINTIENNENT**

Café — Le marché sur place est ferme et l'on peut dire la même chose pour les futurs. La livraison au commerce se fait assez bien ici et il n'y a pas de tendances vers un fléchissement. Le cacao continue d'être ferme et les mouvements deviennent plus lourds à mesure que la saison d'automne avance.

**LA LOI LACOMBE**

Déposants	Employeurs
H. Racal	H. Racal & Cie
Roméo Beaulieu	.....
.....	E. F. Phillips Electrical Works
Adrien Boiron	M. J. Bernier
René Hamel	Merlyation, Ltée
Joseph Lapointe	.....
.....	St. Lawrence Flour Mills Co.
Arthur Léonard	Michel Lefebvre
Maximilien Morel	.....
.....	La Cie de Peint. et Décor., Enrg

**Tout le monde connaît, Tout le monde achète**



Demande considérable

**“RIGA”**

Vente assurée

**Avis aux Commerçants**

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

Dites-le à vos clients.

Vendez-leur "RIGA".

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

# FAITES ALLER PLUS LOIN LE DOLLAR DE LAIT DE VOTRE CLIENT



Un dollar achète moins de billets de lait aujourd'hui qu'il y a un an. Aucune femme ne veut réduire la ration de lait de sa famille, mais elle est très anxieuse de réduire le compte de lait.

Dans cet état d'esprit, elle appréciera certainement le KLIM. Klim lui donnera une provision toujours prête de lait pur séparé à meilleur prix.

KLIM est économique, parce qu'il n'y a pas de gaspillage. Il ne sùrira pas et ne gèlera pas, et peut être employé jusqu'au dernier grain dans la boîte.

Aidez à réduire les comptes de lait, en recommandant l'emploi du KLIM. Vous serez bien payé en satisfaction et en ventes.

Vendez une boîte de 10 livres de préférence à une livre. C'est plus économique pour vos clients et plus profitable pour vous. Commandez chez votre maison de gros régulière.

Souvenez-vous de toujours accentuer la saveur du KLIM. C'est la marque qui fait ce lait pur, séparé, sous forme de poudre différent de tous les autres produits du lait que vous vendez.

C'est un point certain de vente, qui est prouvé par chaque boîte qui sort du magasin.

## CANADIAN MILK PRODUCTS

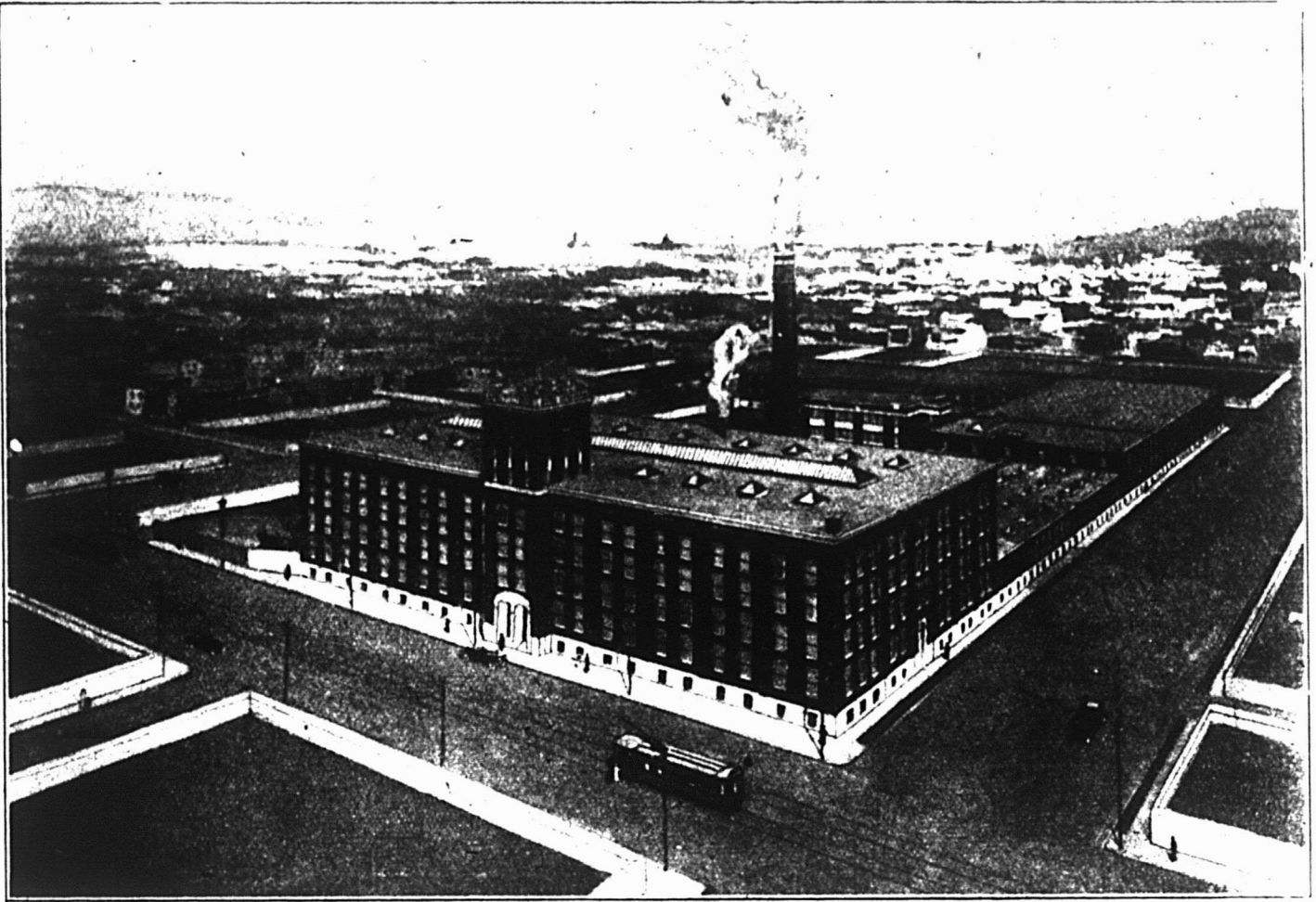
LIMITED

10 Ruelle Ste-Sophie, Montréal.

ST. JOHN

TORONTO

WINNIPEG



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

TABAC A CHIQUER EN PALETTE

Prince of Wales  
Crown  
Black Rod (torquette)  
Napoléon



TABAC A FUMER EN PALETTE

Brier  
Index  
British Consols

Marque de fabrique enregistrée

Agents des ventes:

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

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

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



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

# Vendez le—

## CATSUP AYLNER

C'est le temps de faire savoir à vos clients que vous avez un assortiment de ce

# Catsup pur aux tomates

Il n'a jamais manqué de faire des clients satisfaits et réguliers — à cause de sa supériorité incontestable. Il assure un écoulement rapide de stock et des profits substantiels. Donnez votre commande immédiatement! Ne laissez pas votre stock dégarni!

Si vous ne pouvez vous procurer le Catsup Aylmer chez votre marchand de gros, écrivez, téléphonez ou télégraphiez à la

### EN BOUTEILLES

Trois dimensions: 8 onces, 12 onces, 17 onces.  
Toutes en caisses de 2 douzaines.

Pots de verre et de pierre

Capacité: 1 gallon ... 4 par "crate".

**DOMINION CANNERS, Limited, Hamilton, Canada.**

## Une Ligne Valant la Peine d'être Tenue

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

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

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

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

**CANADIAN POLISHES, Limited.**

Successors de Domestic Specialty Co., Ltd.

HAMILTON, Canada.

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

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

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

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

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

DEMANDEZ-NOUS NOS LISTES DE PRIX

**The Montreal Biscuit Co.**

MANUFACTURIERS DE

BISCUITS ET CONFISERIES

**Montréal**



Il y a plus de véritable valeur en fait de savon dans un morceau de "SURPRISE" que dans n'importe quel autre savon à blanchissage offert en vente au Canada. Il n'est pas surchargé d'ingrédients inutiles pour le faire paraître gros. Ce n'est rien que du bon Savon Solide.

N'acceptez pas de contrefaçons.

The St. Croix Soap Mfg. Co.

Prenez en stock le

**TUE-MOUCHES**

de J. B. CHOUINARD

et vendez à votre clientèle une préparation infaillible pour détruire

POUX, MITES, PUNAISES, COQUERELLES,  
MOUCHES, ETC.

Son emploi ne présente aucun danger, vu qu'elle ne renferme pas de poison. Se vend au détail 25c la boîte ou 30c pour un soufflet rempli de poudre.

C'est un article dont la vente est profitable.

Pour plus de renseignements, adressez-vous à

**J. B. CHOUINARD, Montmagny, Qué.**

**Agence demandée**

Pour Québec et district. S'adresser

**"LE PRIX COURANT"**

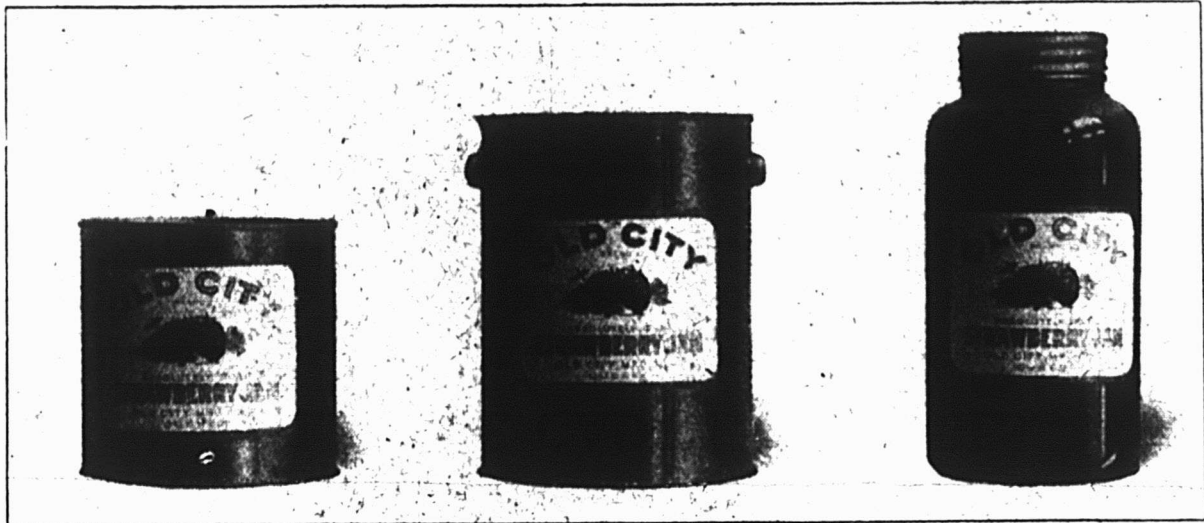
80 rue Saint-Denis, MONTREAL.





## EXPANSION

Le grand édifice qui se trouve à droite de l'illustration ci-dessus est une addition à l'usine de The Cowan Company Limited, Toronto, actuellement en construction. Quand elle sera finie, cette bâtisse doublera presque la superficie de cette grande industrie chocolatière canadienne. Avec ce nouvel édifice, l'on pourra expédier promptement les commandes de Cacao de Cowan, de Maple Buds, et les nombreux autres produits de chocolats de cette compagnie.



Pour avoir la certitude de donner satisfaction à votre clientèle — quelque difficile qu'elle soit — vendez-lui les **CONFITURES** et les **GELEES** de la Marque "OLD CITY", parce que ces produits sont absolument purs et faits des meilleurs ingrédients. Donnez aujourd'hui même la commande de votre assortiment de confitures

Aux **FRAISES**,  
Aux **FRAMBOISES**,  
Aux **PRUNES**,

Aux **PECHES**,  
Aux **GROSEILLES**,  
Ainsi que vos

**GELEES DE GADELLES ROUGES.**

Ces confitures et ces gelées sont faites avec des fruits choisis avec soin. Grâce à notre procédé moderne de refroidissement, ces fruits gardent toute leur saveur première et leur forme intacte.

Notre outillage est le plus perfectionné qui existe. La plus scrupuleuse propreté est la caractéristique de notre établissement — tout cela ensemble vous donne des produits d'une vente facile et rémunératrice pour vous.

Pour plus de renseignements au sujet de nos prix, écrivez-nous aujourd'hui même et le retour du courrier vous apportera tout ce que vous voulez savoir à ce sujet.

**CONNAISSEZ-VOUS NOS SIROPS D'ERABLE et de TABLE?**

**Old City Manufacturing Co. Reg'd**  
Manufacturiers de confitures et de gelées,  
**QUEBEC, Qué.**

# PATES ALIMENTAIRES

30 Paquets — 1 lb.



20 lbs. Net



## de Qualité Supérieure

avec la vraie

## Saveur Italienne

satisfont

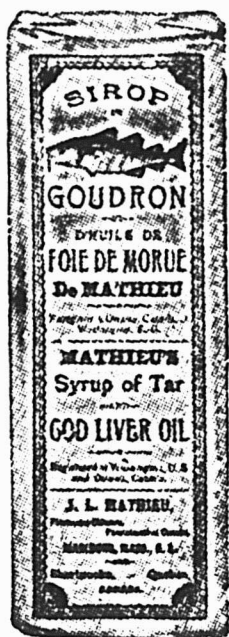
### Même les plus exigeants

Commandez-les chez votre Epicier en Gros ou écrivez à

## P. PASTENE & CO., LIMITED

Manufacturiers

Montréal, Qué.



### Recommandez-vous les Remèdes de Mathieu ?

Lorsque vos clients se plaignent de rhumes, grippe ou pneumonie, il n'y a pas de remède que vous pouvez leur recommander avec plus de confiance que le Sirop au Goudron et à l'Huile de Foie de Morue de Mathieu.

Contre le mal de tête, la névralgie, la nervosité, la grippe, etc, Les Poudres Nervine de Mathieu sont reconnues partout comme souveraines.

Non seulement un remède mais un tonique aussi.

A cette saison de l'année, c'est le bon temps d'en commander un gros stock.

**La Cie J. L. Mathieu**  
Sherbrooke, Qué.

## La Mélasse

# Xtravim

vous donne un nouveau débouché pour votre commerce de nourriture à bestiaux — une superbe occasion d'augmenter vos ventes et vos profits. Ecrivez-nous aujourd'hui et nous vous donnerons tous les renseignements sur la proposition que nous avons à vous faire.

## Rose & Laflamme

Limitée

500 rue St-Paul ouest,

MONTREAL.

# Confitures aux Fraises

## St. Williams

La grande popularité des Confitures et Marmelades St. Williams est fondée sur la qualité sans égale et la saveur délicieuse.

Pour l'économie, les Marques St. Williams devraient faire l'affaire de toutes les ménagères. Avec le prix exorbitant du beurre, nombre de femmes constatent que des confitures étendues sur du pain diminuent considérablement le compte de l'épicerie.

Conseillez à vos clientes d'acheter les délicieuses confitures St. Williams.

Elles reviendront vous voir le visage souriant.

Pour faire un bon profit --- donnez votre commande tout de suite pour une prompt livraison.

*Faites par*

**St. Williams Fruit Preservers, Limited**

SIMCOE ET ST. WILLIAMS, ONT.

Distribuées par

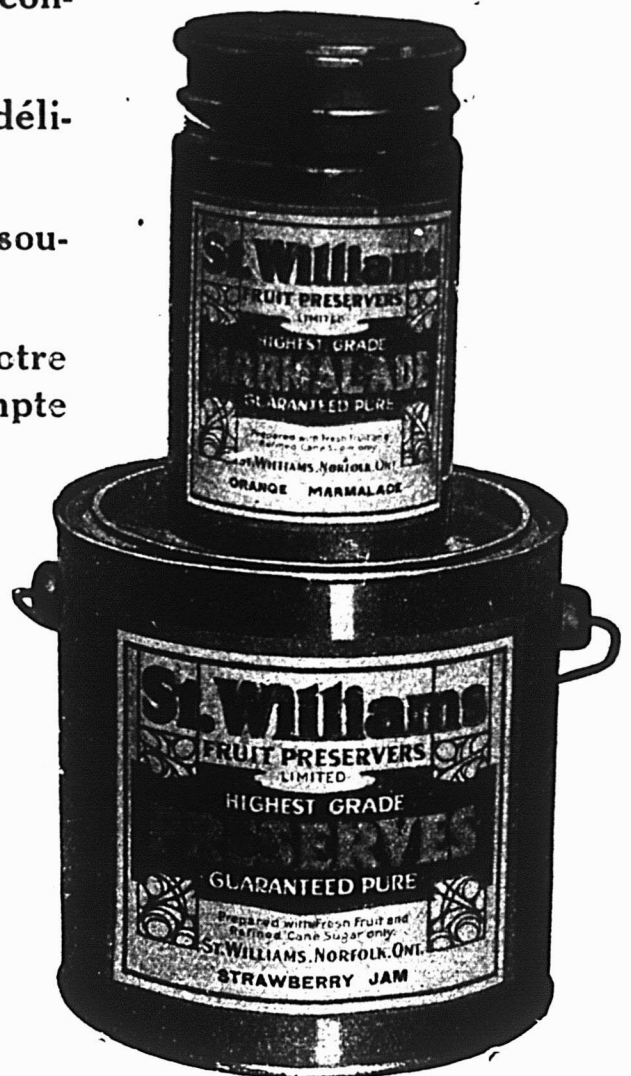
**MACLURE & LANGLEY**

Limited

**TORONTO**

**MONTREAL**

**WINNIPEG**



# PAS DE GASPILLAGE AVEC LE MACARONI HIRONDELLE de CATELLI

*Les paquets cachetés vous protègent contre la perte.*

Le Macaroni, le Vermicelle, les coquilles, le macaroni tout coupé, les alphabets, etc., de la marque "Hirondelle" de Catelli sont tous des produits de véritable qualité.

Ils sont faits dans une fabrique ensoleillée avec le meilleur blé dur canadien sans l'emploi de colorant (jaune) artificiel. Ils sont absolument purs.

Ils arrivent sur vos tablettes dans des paquets à l'abri de la poussière qui vous protègent contre la perte par le bris ou le gaspillage par la contamination.

De plus, les annonces de Catelli, publiées dans les principaux journaux et magazines, parlent à vos clients du goût délicieux, de la salubrité, de la valeur nutritive et de l'économie réelle de servir du Macaroni plusieurs fois par semaine. Ces annonces augmentent la demande déjà considérable pour les produits de Catelli.



Vous vendez une marque quelconque de Macaroni. Pourquoi ne pas faire une spécialité des produits de qualité comme ceux de la marque Hirondelle de Catelli, qui vous donnent une ligne complète que vos clients reviendront acheter?



*Rappelez-vous qu'il y a un bon profit à faire avec la vente des produits de Catelli.*

**LA CIE C. H. CATELLI, Limitée,  
Montréal, Qué.**



**ALIMENTS MARINS**  
Cholsis, préparés et empaquetés par des experts.

A partir du soin que nous prenons à ne choisir que le meilleur poisson et durant toutes les phases de nos méthodes modernes de préparation jusqu'au moment où le poisson est empaqueté dans les boîtes, nous exerçons la plus scrupuleuse surveillance sur la production de nos produits. C'est ce qui assure la qualité de la ligne que nous mettons sur le marché. Nous vous recommandons en toute confiance nos Sardines ¼ à l'huile, Sardines ¼ à la moutarde, Finnan Haddies (boîtes rondes), Hareng saur, Hareng à la sauce aux tomates, Clams.

**CONNORS BROS, LIMITED, Black's Harbour, N. B.**



LES

# Fèves au Lard de CLARK

à la sauce aux tomates, chili ou sans sauce

Vos clients, M. l'épicier, tiennent toujours à la qualité, mais actuellement ils ne négligent pas l'économie. Si vous leur donnez les FEVES AU LARD de CLARK, ils savent qu'ils obtiennent la meilleure qualité à un

**PRIX RAISONNABLE**

Vous bénéficiez également de leur vente facile, de l'écoulement rapide de votre stock et de la satisfaction de vos clients qui reviennent en chercher **ENCORE.**

*Prenez-en en stock immédiatement, elles sont très en demande.*

**W. Clark, Limited**

**MONTREAL**



# Les Bons Produits

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

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

## Essences Culinaires de Jonas

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

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

## Moutarde Française de Jonas

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

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

## La Sauce Worcestershire "Perfection" de Jonas

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

## Le Vernis Militaire de Jonas

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

# Henri Jonas & Cie

MAISON FONDÉE EN 1870

173 à 177 rue Saint-Paul Ouest, Montréal

## Le Soda à Pâte "COW BRAND"

est toujours fiable, pur, uniforme

En raison de sa qualité fiable bien connue, de sa pureté absolue et de sa force, le Soda Cow Brand est le grand favori de toutes les ménagères partout. Il se vend constamment et vous rapporte un bon profit.

Achetez-en de votre marchand de gros.

### CHURCH & DWIGHT

(LIMITED)

Manufacturiers . . . . MONTREAL



## Il faut distinguer les Allumettes et les Allumettes d'Eddy

Lesquelles vendez-vous?

Il y a tout autant de différence entre les allumettes qu'il y en a entre les gens.

On peut toujours compter sur quelques-uns.

On ne peut jamais se fier sur d'autres.

Les allumettes d'Eddy sont comme de vieux amis:

Elles ne vous désappointent jamais. (Le marchand non plus ne reçoit jamais de plainte à leur sujet).

70,000,000 de ces allumettes sortent de notre fabrique tous les jours pour tout mettre en activité dans le pays.

Un écoulement rapide de stock, voilà ce que cherche toujours le marchand et avec les Allumettes d'Eddy la chose devient très facile.

Connues d'un océan à l'autre, elles se vendent toutes seules.

Vous y gagneriez à envoyer votre commande aujourd'hui.

### THE E. B. EDDY CO., LIMITED.

HULL, CANADA.

## Nous offrons pour livraison immédiate les marchandises suivantes:

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

PRIX SPECIAUX POUR  
LE COMMERCE

### J. J. DUFFY & CIE

117 RUE ST-PAUL OUEST, MONTREAL

Manufacturiers de la Poudre à Pâte  
COOK'S FAVORITE

57

57

## LE SERVICE DE PUBLICITE DE HEINZ

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

### H. J. Heinz Company

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

57

57



## Plus d'affaires avec moins de déboursés

Concentrez vos efforts sur la ligne de produits alimentaires d'Armour. L'étiquette ovale d'Armour veut dire une certitude absolue de qualité—il y a un produit alimentaire d'Armour pour tous les besoins du consommateur et l'écoulement du stock se fait rapidement.

Tenez la ligne Armour bien en évidence — faites savoir à vos clients que vous pouvez répondre à leurs besoins et la marque Ovale d'Armour appuiera votre plus forte recommandation quant à la qualité.

La Ligne Armour veut dire de plus gros profits pour vous. Demandez à votre succursale la plus rapprochée, des renseignements sur les produits de qualité d'Armour ou écrivez-nous directement.



### ARMOUR AND COMPANY

Siège social et usine:  
Hamilton, Ontario.

Maisons succursales:  
Toronto, Montréal,  
Sydney, N.-E. St. John, N.-B.

C'est le bon temps de pousser la vente de la saucisse de porc pur Devonshire — justement ce qu'il faut pour le déjeuner, ces matinées froides.

*Gold Dust  
ne veut pas de  
stabilité sur la  
tablette. Chaque jour est  
un jour de remue-ménage  
pour Gold Dust*



FAIT AU CANADA.

THE N.K. FAIRBANK COMPANY  
LIMITED MONTREAL

Laissez faire votre ouvrage  
par les Jumeaux GOLD DUST.



# LA CONSTRUCTION

## BEAUCEVILLE

Maison de retraite pour le compte de la paroisse. Curé: Rév. L. Z. Lambert. L'on est à préparer des plans et des soumissions seront demandées le mois prochain.

## CAP DE LA MADELEINE

Poste de pompiers, de \$11,000, pour le conseil municipal. Secrétaire: J. Bourque. Architecte: Jules Caron, 69 rue St-Frs-Xavier, Trois-Rivières.

## CHICOUTIMI

Pulperie de \$1,000,000, pour Price Brothers & Co., Ltd., 56 rue St-Pierre, Québec. Les plans ont été approuvés et une option a été prise sur 700 acres de terrain.

## DUPUY

Eglise de 30,000, pour le compte de la paroisse. Curé: Rév. M. Beauchamp. Architecte: Louis Caron, Nicolet.

## GRANBY

Couvent pour les Soeurs de la Présentation, St-Hyacinthe, Qué. Architecte, 72 rue Notre-Dame-Est, Montréal. Pas de matériaux nécessaires. Les soumissions ont été demandées.

## HULL

Additions à une résidence, \$3,000, pour Geo. Hanson, Hull. Travail à la journée.

## BAIE DES HA! HA!

50 résidences de \$150,000, pour la Société de Construction Ouvrière, Chicoutimi. Gérant: J. E. Joron, Chicoutimi. Architecte: Alfred Lamontagne, Chicoutimi. Le contrat a été accordé et les travaux sont commencés.

## LAUZON

Résidence de \$5,000, sur l'avenue Botrel, pour Georges Therrien, rue Fraser, Lévis. Travail à la journée.

## RAPIDES LES FORGES

Installation hydro-électrique pour la Shawinigan Water & Power Co. La compagnie a acheté les droits du pouvoir d'eau de là International Paper Co., et elle fournira de l'énergie électrique à la Wayagamac Pulp & Paper Co., et 30,000 H.P. à la St. Maurice Paper Co.

## BEACH LAKE

Cottage de \$2,500 pour F. D. Burpee, surintendant de la Ottawa Elec. Ry Co., Ottawa. Les travaux seront commencés le printemps prochain.

## LEVIS

Etal de boucher de \$4,000, sur la rue Commerciale, pour Pierre Maranda, 94 rue Commerciale.

## MONTREAL

Logements (9 plain-pieds), de \$8,000, sur la rue Dumas, pour Napoléon Robin, Ville St-Michel. Le bois, la brique, le ciment et la quincaillerie ne sont pas encore achetés.

Garage public, sur la rue Ontario Ouest, pour Eugène Sansregret. Demande a été faite pour obtenir la permission d'ériger le garage ci-dessus.

Entrepôt et bureaux de \$15,000, 21 rue St-Paul, pour la DeLaval Co., 21 rue St-Pierre. Le site a été déblayé et les travaux sont commencés pour les fondations.

Garage de \$1,000 sur la rue St-Zotique, pour le Dr B. Bastien, 3006 boulevard St-Laurent. Le travail sera fait

à la journée et l'on a besoin de matériaux.

3 résidences (3 plain-pieds chacune) \$5,000, sur l'avenue Northcliffe, pour la Federal Construction Co., 329 rue Ontario Est. Tout le travail sera fait par le personnel régulier de la compagnie. L'on n'a pas besoin de matériaux.

Garage privé de \$5,000, sur l'avenue Maplewood, pour Raoul A. Grothé, 15 avenue Maplewood. L'on n'a pas besoin de matériaux.

Modifications à un édifice à bu- fice à bureaux, \$75,000, angle des rues St-Jacques et St-Frs-Xavier, pour McDougall & Blackader, 95 rue Notre-Dame Ouest. On demande des prix pour meubles. Tous les matériaux sont achetés.

Salle d'exercice militaire et résidences pour les étudiants pour le Collège McGill, rue Sherbrooke Ouest. Les travaux seront probablement commencés l'an prochain.

Extension à une fabrique de peintures et de vernis, \$25,000, sur l'avenue Atlantique, pour la Holland Varnish Co., Ltd., 3000 avenue du Parc.

Résidence de \$25,000, sur l'avenue Summerhill, pour Victor M. Drury, 684 rue Sherbrooke Ouest.

Logements de \$8,000, sur l'avenue de Lorimier, pour Paul Pepin, 1043 rue Sherbrooke Est.

Modifications à un magasin et à une résidence, \$2,000, 1373 rue Notre-Dame Ouest, pour Wyerson Bros., 648 boulevard St-Laurent. Tout le travail sera fait à la journée. L'on n'a pas besoin de matériaux.

6 logements de \$20,000, sur l'avenue Champagneur, pour A. Charbonneau, 675 avenue Bloomfield. Le propriétaire accordera des sous-contrats et il a besoin de matériaux.

## OUTREMONT

Cottage de \$8,000, sur l'avenue Hartland, pour Richard Roberts, 1017 avenue Carrière. Travail à la journée. La brique, le bois, la fournaise et la quincaillerie ne sont pas encore achetées.

Garage et extension à une résidence, \$3,500, sur l'avenue Bloomfield, pour J. B. Latour, 160 avenue Bloomfield. Pas besoin de matériaux.

## QUEBEC

Modifications et remise à neuf du Palais Central de l'Exposition provinciale de Québec. Sec.-trés.: Geo. Morissette, hôtel de ville. Architecte: Lorenzo Auger, 39 rue St-Jean. Des soumissions seront demandées d'ici 3 semaines.

Fabrique de \$50,000, angle des rues St-Léon et Bigonette, pour la Gosselin Boot & Shoe Co., 50 rue D'Argenson.

Résidence de \$10,000, pour Lavoie & Frères, 50 rue Jeanne d'Arc.

## STE-ANNE DE BELLEVUE

Salle paroissiale, pour l'église anglicane St. George. Vicaire: Rév. C. F. Lancaster, M.A.

## ST-JEAN DE DIEU

Modifications à l'intérieur de l'église, \$95,000, pour le compte de la paroisse. Curé: Rév. J. A. Ouellet. Architecte: Pierre Lévesque, 115 rue St-Jean, Québec.

## ST-HYACINTHE

Addition de \$35,000, à une fabrique, sur la rue Raymond, pour L. O. Grothé, Limitée, 556 boulevard St-Laurent, Montréal. Les travaux ne seront

pas commencés avant le printemps prochain.

## ST-MARC DE SHAWINIGAN

Poste de pompiers, de \$25,000, pour le compte du conseil de ville. Maire: J. H. Napoléon Désaulniers. Sec.-trés.: A. J. Meunier, Shawinigan-Falls.

## ST-LAMBERT

Monument de \$10,000, pour le compte du conseil de ville. L'argent pour l'érection de ce monument a été prélevé et l'architecte sera bientôt nommé.

## SHAWINIGAN-FALLS

Poste de pompiers, de \$35,000, sur la 5ème Rue, pour le conseil de ville. Maire: Nap. Désaulniers. Sec.-trés.: A. J. Meunier. Architecte: Ernest A. Labelle.

Modifications à une résidence, \$3,000, sur la 5ème Rue, pour Joseph Drolet. Le contrat a été accordé et les travaux viennent de commencer.

Modifications à des magasins, \$2,500, sur la 5ème Rue, pour A. E. Guillemette.

Résidence de \$5,000, sur la 7ème Rue, pour J. A. Panneton, 5ème Rue. Le travail sera fait à la journée sous la surveillance de Jos. Prévost. Le propriétaire est sur le marché pour les matériaux dont il a besoin.

Magasin, bureaux et résidence, \$25,000 sur la rue Champlain, pour H. Perron, rue Champlain. Des soumissions seront demandées le printemps prochain par le propriétaire. Plans et spécifications chez l'architecte Ernest A. Labelle.

Magasins et résidences de \$20,500, angle des rues St-Marc et Hêtres, pour le Dr J. J. Trudel. Les travaux seront commencés le printemps prochain.

## SHERBROOKE

Fabrique de pneus. Le nom du ou des propriétaires n'est pas donné. Les directeurs sont: Frank A. Law, 19 Dundas St. E., Toront, et H. B. Hastings, Oak Tire & Rubber Co., New-York. La compagnie s'attend de construire une grande usine le printemps prochain.

## TROIS-RIVIERES

Ecole de \$15,000, pour la commission scolaire. Sec.: A. Béliveau. Architecte: Asselin & Denoncourt, 136 rue Notre-Dame.

Logements de \$5,000, sur la rue Ste-Cécile, pour Edmond Gauthier. Surveillant des travaux: Chas Ed. Dufresne.

Logements de \$12,000, sur la rue Ste-Cécile, pour la Tidewater Realities Ltd. Gérant: A. J. Gouin.

Magasin et logements de \$12,000, sur la rue St-Maurice, pour Jos. Bailargeon, 432 rue St-Maurice. Le contrat général sera accordé vers le 1er décembre.

Logements (9 logements), pour Jos. Lessard.

Magasin et logements, de \$12,000, sur la rue St-Maurice, pour Dame Vve T. Bernard, 165 avenue Laviolette.

2 bungalows, de \$5,000 chacun, 157 et 159 boulevard St-Louis, pour Adju- tor Deshaies.

Résidence de \$6,000, sur la rue St-Louis, pour le Dr Frédéric Houde, rue Notre-Dame.

## WESTMOUNT

Garage de \$1,800, sur l'avenue Claremont, pour le Dr W. H. Reilly, 451 avenue Claremont. Permission a été demandée d'ériger ce garage.

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

Mercredi soir, le 19 novembre 1919.

Il y a eu un grand nombre de changements d'effectués au cours de la semaine et presque tous ont été des hausses. Les munitions Dominion ont subi une hausse générale d'environ 20 pour cent et cette augmentation est en vigueur immédiatement. Cette hausse s'applique aux cartouches, aux carabines et aux munitions de sport. On est actuellement à préparer les nouvelles listes. Les étaux sont à la hausse. L'huile "Three-in-One" a également monté. Les ressorts de porte, les arrêts de porte, les pentures à ressort et ordinaires et quelques-uns des coupelets ordinaires sont révisés à la hausse. Les haches d'établi se vendent beaucoup moins chères. Les escomptes sur les mèches ont été retirés et des avances substantielles ont été faites, certaines s'élevant jusqu'à 25 pour cent. Les tôles Canada se vendent également sur une nouvelle base de prix élevé. L'huile à combustible est rendue à 9¼c. Les tôles galvanisées se vendent plus chères. Le spelter est plus cher et le marché du plomb est ferme, avec une avance probable immédiatement. Le zinc en feuille est très ferme et il pourrait monter. Le marché des clous et celui des barres sont très fermes et l'on parle d'avances dans certains quartiers.

En somme, il est beaucoup question de raretés actuellement. Tous les éléments, détaillants, marchands de gros et manufacturiers s'intéressent grandement aux perspectives des approvisionnements pour les besoins immédiats ou futurs. Les affaires, à part cela, sont remarquablement actives.

### LES MUNITIONS MONTENT DE VINGT POUR CENT

Munitions — Une avance de vingt pour cent est en vigueur cette semaine sur les munitions de la marque Dominion. Cette hausse s'applique aux cartouches et aux métalliques pour le sport et les carabines, et elle est le résultat de l'augmentation du prix de la matière première et du coût de la main-d'oeuvre. L'on est à préparer les nouvelles listes et elles seront probablement faites pour être en vigueur dans tout le Canada.

### L'HUILE EN BOUTEILLE PLUS CHERE; LES RESSORTS ET LES ROULETTES

Huile, ressorts, roulettes — Des

avances ont été faites sur l'huile "Three-in-One". Voici quels sont les nouveaux prix: petites bouteilles, la douzaine, \$1.20; grandes, \$2.45; pour fabriques, \$4.80 et en boîtes, \$2.45. Les nouveaux prix de revente pour les dimensions ci-dessus sont: 15, 30, 60 et 70c chacune.

Les ressorts de portes Torrey ont monté et se vendent \$3.75 la douzaine.

### LES ETAUX ET LES JOUGS A BESTIAUX MONTENT

Etaux — Les étaux Diamond se vendent maintenant \$6.25 chacun. Ils se vendaient \$5. Il y a eu hausse également sur les jougs à bestiaux. Le No 33 se vend maintenant \$1.65 la douzaine et le No 32, \$1.45.

### LES MECHESES SE VENDENT PLUS CHERES

Mèches — Des prix plus élevés sont annoncés pour les mèches à centre. La hausse est d'environ 20 pour cent. Pour les mèches de ½ à 1 pouce, le nouveau prix est \$3.30 la douzaine; 1⅞ pouce, \$4.40; ¼ pouce, \$5.25; 1⅜ pouce, \$6.15; 1½ pouce, \$7; 1¾ pouce, \$9.20 et 2 pouces, \$10.80.

Les mèches à expansion de Clark se vendent à un prix plus élevé. Les No 1 sont cotées à \$20.40 et les No 2, \$29.40.

Les Patent No 1 de Steer se vendent \$46.50 la douzaine et les No 2, \$37.20.

### LES COUPELETS MONTENT; LES RESSORTS DE PORTE ET LES ARRETS AUSSI

Coupelets, arrêts et pentures — Des prix plus élevés sont en vigueur pour les divers coupelets. Les No 800 sont actuellement sur une base augmentée de 12½ pour cent; les No 838, liste nette; les 804, à un escompte de 5 pour cent et les No 740, à une augmentation de 7½ pour cent. Les arrêts de porte Yale et Towne ont monté de 10 pour cent. Les pentures Bommer ont subi une hausse de 10 pour cent et les coupelets à ressort Chicago de 5 pour cent.

### LES HACHES D'ETABLI MONTENT

Haches d'établi — Les haches d'établi ont suivi le mouvement des haches ordinaires et les nouveaux prix sont les suivants: No 2, la douzaine \$20; No 3, \$22.50; No 4, \$24.50 et No 5, \$27.

### LES PLAQUES A LA HAUSSE; LA PLAQUE CANADA FERME

Plaques Canada et le fer-blanc — Des prix plus élevés sont en vigueur pour les "cokes". L'avance ici est de \$1 la boîte. Les plaques Canada sont très fermes, aussi, bien qu'il n'y ait pas encore eu de révision. Elle peut se faire d'un moment à l'autre.

### LA LISTE NOUVELLE DES ACCESSOIRES DE POELE EST SORTIE; LES POELES TRES FERMES

Accessoires et poèles — Comme nous le disions la semaine dernière, les prix des divers accessoires ont monté. Les marchés sont très fermes. Les poèles se vendent encore beaucoup et le ton du marché est très ferme. Les tendances portent encore vers des avances et des déclinés ne sont pas probables.

### L'HUILE A COMBUSTIBLE RENDUE A 9¼c; LA GAZOLINE ET L'HUILE DE CHARBON SE MAINTIENNENT

Huiles, gazoline — Le marché est stable pour l'huile de charbon et la gazoline. Aucune cotation n'a été changée. La gazoline à moteur se vend encore 33c le gallon et l'huile de charbon 22c et 25c suivant la qualité.

L'huile à combustible est en bonne demande et le prix a été augmenté à 8½ et 9¼. La demande est très forte dans les grandes usines qui peuvent s'en servir.

### LES FICELLES PLUS FERMES ET LE CABLE SE MAINTIENT

Câbles et cordage — Les prix ont subi de substantielles avances sur les diverses ficelles et il est difficile de tenir note des fluctuations, mais les tendances portent vers la hausse. Les ficelles de seine surtout sont chères, la base du prix étant actuellement de 80c en gros. Cette hausse est due, dit-on, à la mauvaise température que nous avons eue.

Le marché du câble reste sans changement avec de petites commandes et les prix restent sans changement comme suit: Manille pur, 31c; manille Beaver et anglais, 27c et 31sal, 23½c.

### LES CLOUS SONT FERMES; CERTAINS PEUVENT MONTER

Clous et broche — Les tendances portent vers la hausse et le marché est très ferme. Les prix sont encore

maintenus à la base de \$4.75 pour les clous d'acier et les diverses catégories de clous découpés. Il y a un mouvement lourd continu des diverses dimensions au commerce.

La base de la broche reste sans changement, le prix de \$5 reste ferme.

**LES TOLES GALVANISEES ARRIVENT MAIS LES PRIX MONTENT**

Plaques en feuilles — Les prix ont encore monté pour les tôles galvanisées. Cette hausse est due à la rareté des stocks qui ont été considérablement réduits et il y a une vive concurrence pour se procurer des approvisionnements. Une quantité de tôles anglaises a été reçue au cours de la semaine dernière et elles sont achetées immédiatement. Nous donnons ici les nouveaux prix révisés.

Nous cotons:

Tôle noire en feuilles:

	Les 100 lbs	
Calibre 10	5.90	6.65
Calibre 12	5.95	6.60
Calibre 14	6.00	6.75
Calibre 16	6.10	...
Calibre 18-20	6.55	6.60
Calibre 22-24	6.70	6.75
Calibre 28	7.00	7.00

Tôle galvanisée en feuilles:

10 1/4 onces	9.00
Calibre 28	8.85
Calibre 26	8.75
Calibres 22 et 24	8.40
Calibre 16	8.00
Calibre 18	8.25
Calibre 20	8.25

Tôle anglaise:

Calibre 28	9.50
Calibre 26	9.25
Calibre 24	8.65
Calibre 22	8.30
Calibre 18 et 20	8.10

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

**UNE FERME MARQUEE CARACTERISE LE MARCHE DES BARRES**

Fer et acier — Les perspectives du marché tendent vers l'affermissement du marché. L'on ne sait pas encore si cette hausse se produira immédiatement, mais le ton est fort et des avances ne seraient pas surprenantes.

Nous cotons:

Acier doux	3.75
Acier à machinerie, fini fer	3.30
Fer de Norvège	12.00
Acier à ressort	5.50
Acier à pneus	3.95
Acier à bandes	3.75
Acier à outils Black Diamond, la lb.	0.22
Acier fondu Black Diamond, la lb.	0.22
Fer ordinaire en barre, les 100 lbs	3.75
Fer raffiné, les 100 lbs	4.75

**LES VENTES SONT STABLES POUR LES PRODUITS DU PLOMB**

Produits du plomb — Les conditions du marché sont fermes. Des avances sont très probables, surtout si le plomb en saumon continue à monter comme certains l'anticipent. Le mouvement est très stable, la plupart des acheteurs n'achetant, toutefois, que ce dont ils ont besoin.

Nous cotons:

Tuyau de plomb	0.12 1/2
Rebuts de plomb	0.13 1/2
Courbes et trappes en plomb. 15%.	
Plomb "wool", la lb.	0.13
Plomb en feuilles, 3 à 3 1/2 la lb., pied carré, la lb.	0.12 1/2
Plomb en feuilles, 4 à 8 lbs, pied carré	0.09 1/2
Feuilles coupées, 3/4c extra et feuilles coupées à la dimension, 1c par lb. extra.	
Soudure, garantie, la lb.	0.37 1/2
Soudure, strictement, la lb.	0.33
Soudure, commerciale, la lb.	0.32
Soudure, wiping, la lb.	0.30
Soudure à broche (No 8) —	
40-60	0.36
45-55	0.38 1/2
50-60	0.41 1/2
Zinc en feuilles, casks	0.17
Zinc en lots brisés	0.18

**TUYAU DE FER**

Standard Buttweid

Les 100 pieds.

	Acier		Fer forgé	
	Noir	Gal.	Noir	Gal.
1/2 pc...	\$ 6.00	\$ 8.00	\$.....	\$.....
1/4 pc...	4.53	6.66	5.13	7.26
3/8 pc...	4.53	6.66	5.13	7.26
1/2 pc...	5.99	7.57	6.84	8.42
3/4 pc...	7.53	9.66	8.68	10.81
1 pc...	11.14	14.28	12.84	15.98
1 1/4 pc...	15.07	19.32	17.37	21.62
1 1/2 pc...	18.01	23.10	20.76	25.85
2 pc...	24.24	31.08	27.94	34.78
2 1/2 pc...	38.90	49.73	.....	.....
3 pc...	50.87	65.03	.....	.....
3 1/2 pc...	64.86	81.88	.....	.....
4 pc...	76.85	97.01	.....	.....

Standard Lapweid.

	Acier		Fer forgé	
	Noir	Gal.	Noir	Gal.
2 pc...	\$27.94	\$34.78	\$31.64	\$38.11
2 1/2 pc...	40.66	51.48	46.51	57.33
3 pc...	53.17	67.32	60.82	74.97
3 1/2 pc...	66.70	83.72	75.90	92.92
4 pc...	79.03	99.19	89.93	110.09
4 1/2 pc...	88.00	113.00	107.00	132.00
5 pc...	103.00	132.00	125.00	154.00
6 pc...	133.00	171.00	162.00	200.00
7 pc...	175.00	224.00	211.00	259.00
8 pc...	184.00	235.00	221.00	273.00

**LE SPELTER PLUS FERME; LE PLOMB ET LE FER-BLANC SANS CHANGEMENT**

Métaux en lingot — Les changements effectués au cours de la semaine sont peu nombreux. Le spelter est plus ferme et le plomb continue d'être ferme lui aussi. Les prix des divers lingots restent les mêmes.

Cuivre — Pas beaucoup de ventes sur ce marché qui est tranquille et le reste sans changement à 25c.

Fer-blanc — Il y a encore des fluctuations de prix à Londres, des avan-

ces un jour et des déclinés le lendemain. La cote reste à 58c.

Plomb — Le marché est encore fort et le prix est maintenu à 8 1/4c la lb. Certains s'attendent à une avance immédiate.

Spelter — Les prix ont encore monté et la cote est actuellement de 10 1/4c la lb.

Antimoine — Absolument rien à signaler sur ce marché, le prix restant à 10 1/2c.

Aluminium — Le prix reste encore à 34c la lb. avec des affaires satisfaisantes.

Fer en gueuse — On rapporte un peu de faiblesse des Etats-Unis et certains ne peuvent se l'expliquer. Le marché local reste sans changement à \$50 la tonne pour les petits lots.

**LA PEINTURE**

Le mouvement de la graine de lin aux usines ne s'est pas amélioré sensiblement, mais il y a eu une certaine amélioration. La base du prix s'est améliorée et l'on peut se procurer des lots de barils simples à \$2.29 1/2 le gallon. Toutefois, la perspective de voir baisser les prix n'est pas aussi bonne qu'elle l'était il y a quelque temps, bien que d'aucuns disent que la marque de \$2 sera atteinte.

La térébenthine offre peu ou pas de changement et un commerce stable est fait pour les petites quantités.

Les ordres entrés ont augmenté pour les insecticides, et ces derniers vont être en grande demande. Le marché est très ferme.

Le mastic est ferme et se vend bien, tandis que le blanc de plomb dans l'huile et la peinture se vendent un peu, le mouvement étant bon à cette époque tardive de l'année.

**L'HUILE DE GRAINE DE LIN SUR PLACE SE VEND MOINS CHER**

Huile de graine de lin — Il y a eu un peu d'amélioration en ce qui concerne les approvisionnements et bien qu'ils soient peu considérables les marchands de gros cotent actuellement \$2.27 pour la brute et \$2.29 1/2 pour la bouillie. Naturellement, des prix plus bas doivent être demandés pour l'huile prise quand l'année sera finie, bien que \$2.14 ait été mentionné comme le prix pour livraison de mars 1920. Il y a un fort courant d'opinion que les prix ne baisseront pas. A tout événement, les approvisionnements sont plutôt limités dans le moment et les commandes en petites quantités sont celles qui sont les mieux accueillies.

**Nous cotons:**

**Brute—**

	Gal. Imp.
1 à 4 barils . . . . .	2.27
1 à 9 barils . . . . .	. . . . .
10 à 25 barils . . . . .	. . . . .

**Bouillie—**

1 à 4 barils . . . . .	2.29½
5 à 9 barils . . . . .	. . . . .

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

**LA TERE BENTHINE A \$2.35 SE VEND LENTEMENT**

Térébenthine — Un prix de \$2.35 est coté actuellement dans certains quartiers pour les lots de baril simple. Les approvisionnements sont suffisants pour le volume limité des affaires et le commerce achète au jour le jour ce dont il a besoin.

**Térébenthine—**

	Gal. Imp.
De 1 à 4 barils . . . . .	2.35 2.45
Par petits lots . . . . .	2.65

(Empaquetage extra)

**IL SE VEND BEAUCOUP DE MASTIC ET LA BASE DU PRIX EST STABLE**

Mastic — Les prix du mastic sont maintenus sans changement. La saison du masticage est à peu près ouverte et les approvisionnements sont demandés en plus grande quantité qu'auparavant. Les stocks sont suffisants pour les besoins immédiats, bien que la difficulté que l'on éprouve à se procurer des stocks suffisants d'huile de graine de lin ne contribue pas à améliorer la situation.

**Nous cotons:**

**Mastic Standard:**

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

**LE MOUVEMENT CONTINUE POUR LE BLANC DE PLOMB DANS L'HUILE**

Blanc de plomb dans l'huile — Le mouvement de cet item, en dépit du retard de la saison, a continué d'être très lourd. Par suite de la fermeté du marché pour le plomb en saumon,



# VENTE D'EXCEDENT DE MAGASINS MILITAIRES, ETC.

Lingerie, ameublement d'hôpitaux, literie, quincaillerie,  
articles en cuir, rebuts, etc.

**LES VENTES SERONT FAITES PAR SOUMISSION SCLEE**

Ceux qui désirent soumissionner sont priés de communiquer avec

**LE SECRETAIRE DE LA COMMISSION DES ACHATS DE GUERRE,  
EDIFICE BOOTH, OTTAWA,**

et d'indiquer le genre de marchandise qui les intéresse, mentionnant s'ils ont en vue les marchandises neuves, ou celles d'occasion, ou les deux.

Des formules de soumission seront adressées, quand elles seront prêtes, à ceux qui se seront inscrits tel que ci-dessus indiqué.

## VENTES SPECIALES AUX HOPITAUX, ETC.

Les ministères fédéraux et provinciaux, les municipalités, les hôpitaux, les institutions de charité et de philanthropie, et autres institutions de même nature, maintenues pour l'utilité publique et non pour un bénéfice personnel peuvent acheter sans soumissionner les marchandises précitées, à des prix qui seront fixés par la Commission des achats de guerre.

Les soldats de retour, les marins, les veuves et dépendants des soldats et marins tués au feu, peuvent se procurer les marchandises mentionnées, pour leur usage personnel—non dans le but de les revendre—à la succursale de l'Association des Vétérans de la Grande Guerre, la plus rapprochée de leur lieu de résidence, qui transmettra ensuite à la Commission des achats de guerre, toutes les commandes reçues. L'Association des Vétérans de la Grande Guerre rendra les mêmes services à tous ceux qui appartiennent aux classes ci-haut mentionnées, qu'ils soient ou non membres de l'Association.

Toute correspondance à ce sujet devra être adressée au Secrétaire de la Commission des achats de guerre, Edifice Booth, Ottawa, qui sera heureux de fournir aux intéressés, les listes de marchandises ainsi que tous les détails qui s'y rapportent.

le ton du plomb dans l'huile a été ferme, mais il n'y a pas encore de changement à enregistrer, et dans le moment rien n'indique qu'il y en aura. Les lots de 5 tonnes se vendent sur la base de \$15.50 les 100 lbs; les lots d'une tonne à \$16 et en plus petites quantités à \$16.35.

**DES COMMANDES SONT PRISES DANS LE MOMENT POUR LES INSECTICIDES**

Insecticides — Les commandes d'insecticides pour la saison de 1920 commencent à arriver en plus grande quantité que l'an dernier. Cela est dû, en partie, au fait que les marchands ont réduit leur stock au minimum et qu'ils croient qu'il serait sage de leur part de se procurer de bonne heure leurs approvisionnements pour l'an prochain. Les tendances sont fermes, mais aucune avance n'est attendue dans le moment, disent les manufacturiers.

**IL Y A ENCORE DE L'ACTIVITE DANS LE COMMERCE DE LA PEINTURE**

Peintures préparées — La saison active est finie, mais si l'on considère l'avance de la saison, beaucoup de peinture se vend encore. De fait le temps approche rapidement, semblerait-il, où les marchands se rendront compte de l'importance de vendre des peintures et des spécialités durant toute l'année. Les prix restent stables sans changement.

**PEINTURES**

**Alabastrine.**

Couleurs et blanc—en paquets 2½ livres, \$9.50 les 100 livres, en paquets de 5 livres, \$9.00 les 100 livres, f.o.b. Montréal.

**Liquide-bronze.**

Liquide-bronze, No 1 ..\$1.50 \$2.00  
Huile de banane, gall. ..\$3.50 \$7.00  
f.o.b. Montréal.

<b>Bleu.</b>		
La livre .. . . . . .	0.12	0.12
<b>Couleurs (sèches)</b>		<b>la livre</b>
Terre d'Ombre brute, No 1, tonnelets de 100 livres .. . . . . .	0.08	0.09½
Terre d'Ombre pure, tonnelets de 100 livres .. . . . . .	0.11	0.15
Terre d'Ombre brûlée, No 1, tonnelets de 100 livres .. . . . . .	0.08	0.09½
Terre d'Ombre pure, tonnelets de 100 livres .. . . . . .	0.15	0.17
Terre de Sienne brute, No 1, tonnelets de 100 livres .. . . . . .	0.08½	0.09½
Terre de Sienne pure, tonnelets de 100 livres .. . . . . .	0.15	0.15
Terre de Sienne brûlée, No 1, 100 livres .. . . . . .	0.9½	0.9½
Terre de Sienne brûlée, pure, 100 livres .. . . . . .	0.15	0.15
Vert Imp. tonnelets de 100 livres .. . . . . .	0.17	0.19
Vert Chrome, pur .. . . . . .	0.19	0.35
Chrome jaune .. . . . . .	0.25	0.41
Vert Brunswick, 100 lbs. . . . .	0.10	0.14½
Rouge Indien, Kegs 100 livres .. . . . . .	0.15	0.20
Rouge Indien, No 1, Kegs 100 livres .. . . . . .	0.06	0.17
Rouge Vénitien, brillant supérieur .. . . . . .	0.07	0.09
Rouge Vénitien, No 1 .. . . . . .	0.03½	0.05½
Noir fin, pur sec .. . . . . .	0.09½	0.15
Ochre d'Or, 100 livres .. . . . . .	0.08	0.12
Ochre blanche, 100 livres .. . . . . .	0.05½	0.06
Ochre blanche, barils .. . . . . .	0.04	0.04½
Ochre jaune, barils .. . . . . .	0.03½	0.05½
Ochre français, barils .. . . . . .	0.06	0.10½
Ochre sapin, 100 livres .. . . . . .	0.07	0.08
Oxyde rouge canadien, en barils .. . . . . .	0.02½	0.03½
Rouge Super Magnetic .. . . . . .	0.05	0.05
Vermillon .. . . . . .	0.40	0.40
Vermillon anglais .. . . . . .	2.50	2.50

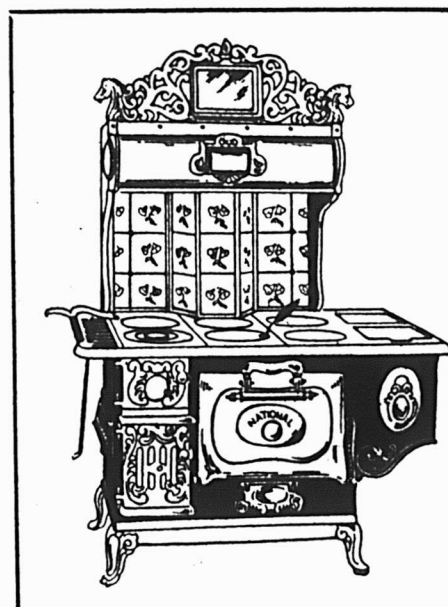
**COULEURS A L'HUILE PURE boîtes d'une livre.**

Rouge Vénitien .. . . . . .	0.23	0.30
Rouge Indien .. . . . . .	0.30	0.36
Jaune chrome, pur .. . . . . .	0.53	0.55
Ochre d'or, pur .. . . . . .	0.30	0.32
Ochre de sapin français, pur .. . . . . .	0.25	0.29
Verts, purs .. . . . . .	0.28	0.38
Terres de Sienne .. . . . . .	0.34	0.36
Terres d'Ombre .. . . . . .	0.34	0.36
Bleu Ultra-marin .. . . . . .	0.45	0.50
Bleu de Prusse .. . . . . .	1.00	1.02
Bleu de Chine .. . . . . .	1.00	1.02
Noir fin .. . . . . .	0.35	0.37
Noir ivoire .. . . . . .	0.36	0.36

Noir de peintre d'enseigne pur .. . . . . .	0.38	0.40
Noir de marine, 5 livres .. . . . . .	0.20	0.20
f.o.b. Montréal, Toronto.		
<b>Emails (blancs)</b>		<b>Gallon</b>
Duralite .. . . . . .	\$7.47½	\$7.47½
Albagloss, C. P. C. .. . . . . .	5.75	5.75
Email "Blanc", B-H .. . . . . .	6.90	6.90
Mooramel .. . . . . .	7.00	7.00
<b>Vitre</b>		<b>Simple épais-seur</b>
		<b>Double épais-seur</b>
Les 100 pieds		
Audessous de 25 .. . . . . .	\$19.90	\$22.90
26 à 34 .. . . . . .	20.80	24.85
35 à 40 .. . . . . .	21.80	26.40
41 à 50 .. . . . . .	23.50	30.00
51 à 60 .. . . . . .	24.60	30.80
61 à 70 .. . . . . .	26.50	32.70
71 à 80 .. . . . . .	29.70	35.40
81 à 85 .. . . . . .	45.45	45.45
86 à 90 .. . . . . .	48.85	48.85
91 à 94 .. . . . . .	49.80	49.80
95 à 100 .. . . . . .	58.55	58.55
101 à 105 .. . . . . .	65.35	65.35
106 à 110 .. . . . . .	73.10	73.10
Escompte à la caisse, 15 et 20%.		
Escompte à la feuille, 5%.		
Comptant, 2 pour cent.		
f.a.b. Montréal.		

**Glaces** **Chaque**

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



**POELE EN ACIER "National"**

Chauffe au bols et au charbon

Ce poêle est fourni avec réservoir en avant ou sans réservoir du tout. Le réchaud est fourni avec ou sans tuites et le tuyau est noir, nickelé ou tuité. Ce poêle est nickelé. Nous le fournissons également avec grande ou petite corniche au lieu d'un réchaud élevé, ce qui est moins dispendieux. Pour plus de renseignements au sujet de la vente de ces poêles, écrivez à

**LA FONDERIE DE L'ISLET, Limitée,**  
L'Islet Station, Qué.

**AVIS DE DEMANDE DE DIVORCE**

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

**JAMES GODDARD.**

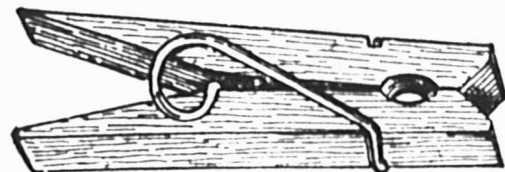
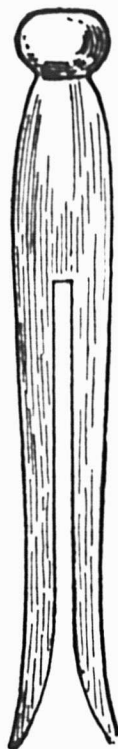
Daté à Montréal,  
le 10 octobre,  
A. D. 1919.



“Argonne”  
UN  
FAUX-COL  
ARROW

D'UN AJUSTEMENT PARFAIT

CLUETT, PEABODY & CO. OF CANADA, LIMITED

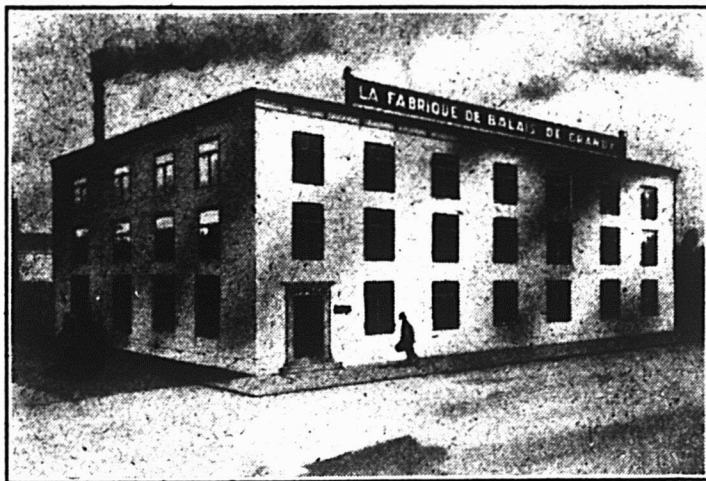


Les ménagères  
tiennent toujours à  
avoir de bonnes  
EPINGLES A  
LINGE  
Vendez-leur les  
nôtres.

AGENTS: McFarlane & Field, Hamilton; Boivin et Grenier, Québec; Delorme Frères, Montréal; J. H. White, St. John, N.B.; H. D. Marshall, Ottawa; Tomlinson & O'Brien, Winnipeg; Oppenheimer Bros., Vancouver; Harry Horne Co., Toronto.

The Megantic Broom Mfg. Co.  
LIMITED

Manufacturiers de Balais, d'Épingles à  
LAC MEGANTIC, QUE.



## Il n'y a pas de Meilleurs Balais que les nôtres

Parce qu'ils sont faits avec le meilleur blé d'Inde à balais au monde. Outre le service exceptionnellement long qu'ils donnent à vos clients, nos balais vous laissent une marge de profits qui vaut la peine que vous preniez en stock notre ligne.

C'est le bon temps de vous protéger contre la hausse continue des prix. En donnant votre commande immédiatement, vous aurez des prix qu'il nous sera peut-être impossible de vous offrir plus tard.

Notre outillage moderne nous permet de fabriquer en grande quantité, de sorte que nous sommes en position de répondre à tous vos besoins.

Une commande d'essai vous convaincra de la qualité de nos balais.

Ecrivez aujourd'hui même à la

# FABRIQUE DE BALAIS DE GRANBY

## GRANBY, Qué.

# Employez-vous des boîtes de Carton ?

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

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

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

Recevez le meilleur service de

“LA MAISON DU SERVICE”

## The King Paper Box Co. Limited

BOITES DE CARTON DE TOUS GENRES

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

Nous voulons seulement l'occasion de le prouver.

**pour tout le monde**

AJUSTEURS D'AUTO  
AJUSTEURS DE VOITURES  
MANUFACTURIERS DE  
PANIERS  
POSEURS DE TAPIS  
MANUFACTURIERS DE  
CHAUSSURES  
EBENISTES

Têtes qui ne se détacheront pas  
du corps du clou et pointes qui  
justifieront toutes exigences.

**THE STEEL COMPANY  
OF CANADA, LIMITED,**  
MONTREAL HAMILTON





## Feutre et Papier

N'IMPORTE QUELLE QUANTITE

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

Fabricants du Feutre Goudronné  
"BLACK DIAMOND"

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

## Fer-blanc en Lingot

### "WILLIAMS HARVEYS"

99.50 p. c. pur

Livraison prompte à même notre stock

A. C. LESLIE & CO., Limited  
560 rue Saint-Paul ouest,  
MONTREAL.

## Nova Scotia Steel & Coal Co.

LIMITED  
MANUFACTURIERS

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

Grosses Pièces de Forges, une Spécialité

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

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

## OUTILS EN ACIER FORGE

HACHES, MARTEAUX, CLEFS ANGLAISES (WRENCHES).

CANADA

FOUNDRIES & FORGINGS, LIMITED

BROCKVILLE, CANADA

## LES MEILLEURS BALAIS ET BROSSES

# SIMMS

sont faits par des  
experts

**N**OUS fabriquons des meilleurs balais et des meilleures brosses depuis plus d'un demi-siècle.

Nos opérateurs sont des experts.

Notre fabrique est complètement outillée avec les meilleures machines et les plus perfectionnées.

Le résultat de cette combinaison, c'est un produit parfait — les balais et les brosses que le public veut acheter.

Prenez en stock la fameuse ligne de

## SIMMS

Brosses à plancher	Balais
Brosses à chaussures	Petits balais
Brosses à poêle	Pinceaux à peinture
	Blaireaux

Avec chaque vente — un joli profit et un client satisfait.

Ecrivez pour avoir nos prix, etc.

### T. S. SIMMS & CO., Ltd,

Fabricants des meilleurs balais et des meilleures brosses depuis 54 ans.

SIEGE SOCIAL: ST. JOHN, N.B.

MONTREAL

LONDON

TORONTO

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



## Tout Propriétaire de Cheval a Besoin de ces Bourrures

C'EST LA RAISON POUR LAQUELLE LES VENTES SONT CONTINUELLES ET PROFITABLES.

Les marchands aiment à tenir les lignes qui sont en demande — naturellement, ils préfèrent les lignes qui se vendent facilement tous les jours de l'année. Ils ont trouvé une semblable ligne avec les Bourrures Tapatco à colliers de chevaux — et une ligne qui ne manque jamais de donner satisfaction.

Avec un petit travail supplémentaire, un marchand peut accroître le chiffre de ses ventes de cette ligne profitable. En disant aux clients combien il est important de fournir une telle bourrure pour tous les chevaux, il peut inciter plus de gens à les employer continuellement. Il peut facilement signaler la perte qu'éprouve un cultivateur quand ses chevaux doivent rester au repos à cause d'épaules blessées — il peut offrir les Bourrures Tapatco comme moyen certain de prévenir les contusions, les blessures et l'irritation. Un examen de la bourrure de la part du client bâcle généralement une vente.

Poussez la vente des Bourrures Tapatco de cette manière — et vous constaterez qu'il est possible de doubler vos ventes de cette ligne profitable.

**GANTS TAPATCO**  
Notre ligne variée et complète comprend des modèles pouvant répondre à tous les besoins en fait de gants de travail.  
Modèles: Gantelet, poignet en tricot et haut avec bande.  
Epaisseurs — Epais, moyennement épais et minces.  
MATÉRIEL — bout en cuir, paume en cuir, en jersey, gants

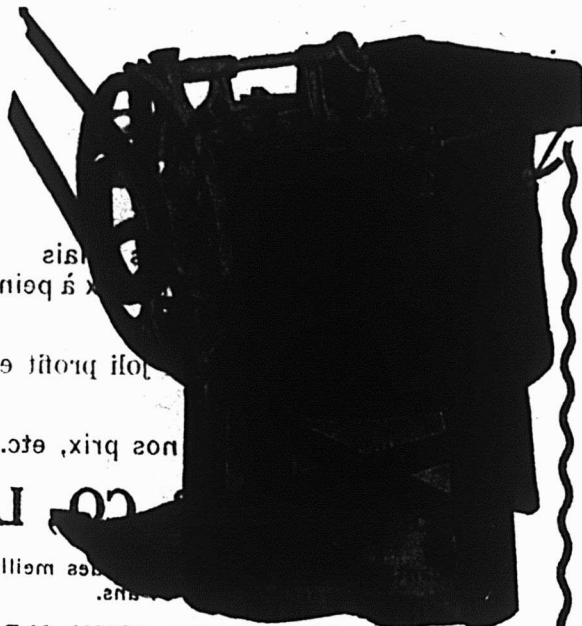
**TAPATCO**  
REGISTERED TRADE MARK  
**BRAND**

**BOURRURES**

à Colliers de Chevaux

et mitaines en tan, ardoise ou oxford.

**American Pad & Textile Co.,**  
Chatham, Ont.



## Les Machines à Laver

# CONNOR

**Procurent de Gros Profits et des Ventes Faciles**

Prenez maintenant en stock une ligne de Machines à Laver de vente rapide et pleinement garantie. Ecrivez-nous aujourd'hui pour détails complets relatifs à notre mode de vente et qui vous assure un plus grand



Les Machines à Laver "Connor" sont faites en plusieurs styles pour marcher soit par l'Electricité, le Gaz, le pouvoir d'Eau, soit pour usage à mains. Aussi Tordeuses, Supports, Planches à repasser et à pétrir, Battantes, etc.

**CONNOR & SON, Ltd., Ottawa, (Ont.)**

## L'ECONOMIE DU SERVICE



**L'**USURE est inévitable même dans le meilleur auto, mais certaines pièces s'usent plus vite que d'autres.

Il n'est pas nécessaire de mettre votre voiture au rancart parce que les segments du piston sont usés, parce que les pointes en platine des vibrateurs ne sont plus bonnes. Le reste de votre auto est probablement aussi bon que lorsque la voiture était neuve.

Les médecins s'accordent à dire que l'organisme humain se renouvelle, cellule par cellule, tous les sept ans. Vous pouvez faire la même chose avec votre Ford et prolonger sa durée au minimum du coût en remplaçant de temps en temps les pièces usées.

Le Service Ford a contribué à doubler la durée des voitures Ford et à réduire les dépenses de l'automobilisme. Le fait qu'un Auto de tourisme Ford, qui coûte \$690 f.a.b., Ford, Ont., peut être acheté séparément, pièce par pièce, pour \$917, est une preuve suffisante de l'économie de la conduite d'un Auto Ford.

Vous y gagneriez à faire la mise au point générale (overhauling) de votre auto durant les mois d'hiver. 700 vendeurs canadiens et plus de 2,000 garages peuvent vous fournir les véritables pièces de rechange Ford et vous donner un service rapide pour vos réparations.

Lorsque vous achèterez un auto, choisissez un Ford et profitez de l'économie du Service Ford.

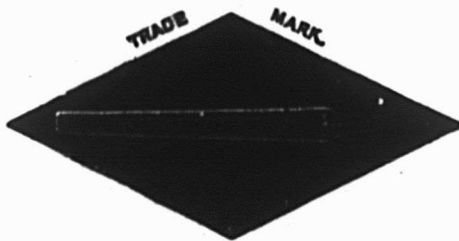
# FORD MOTOR COMPANY OF CANADA, Limited.

Ford, - Ontario

# FABRIQUE DE LIMES BLACK DIAMOND

FONDEE EN 1863

Douze Médailles de  
Récompense aux  
Expositions  
INTERNATIONALES



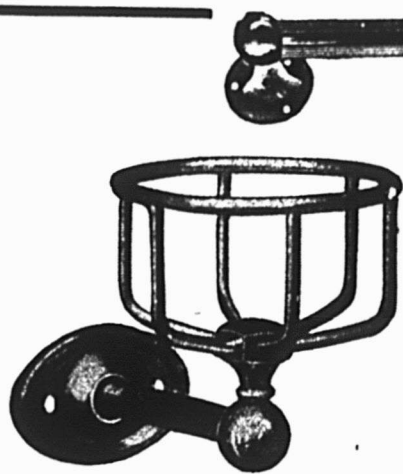
INCORPOREE EN 1895

MEDAILLE D'OR  
Grand Prix Spécial  
Atlanta, 1895.

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

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

Propriété exploitée par la Nicholson File Co.



## Garnitures Gendron pour Salle de Bain

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

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

Une compagnie essentiellement canadienne, manufacturant les  
ECROUS AVEC TARAUD.

FOREUSES A TORSION.

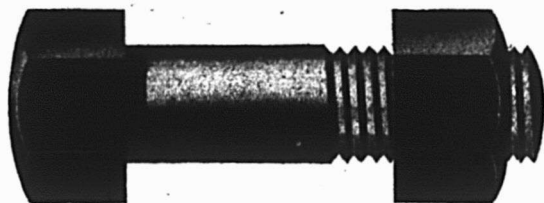


Chaque outil est garanti.

Demandez à votre marchand de gros les Ecrous avec taraud Morrow ainsi que les foreuses à torsion Morrow et vous serez certain d'avoir ce qu'il y a de mieux sur le marché.

**JOHN MORROW SCREW & NUT CO., LIMITED.**  
Ingersoll Canada

Les limes Ingersoll taillent plus vite et durent plus longtemps.



La meilleure qualité possible.

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

## Crampons de Sûreté pour le tour "Vulcan" de Williams

Forgés au Marteau-Pilon

EN STOCK :

A bout droit et courbé 1 ou 2 vis, 16 dimensions. Capacité  $\frac{3}{8}$  à 6 pouces.  
Demandez notre brochure traitant des outils de machinistes.

**J. H. WILLIAMS & Co.**

122 rue Richards - - - Brooklyn, N. Y.

122 rue Vulcan - - - Buffalo, N. Y.

Représentants Canadiens  
**THE CANADIAN FAIRBANKS-MORSE CO.**  
Montréal et Québec

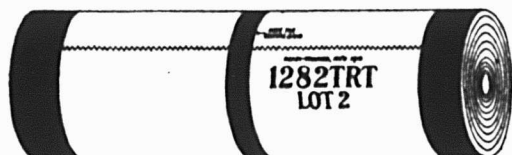
En écrivant aux annonceurs, mentionnez "Le Prix Courant", s.v.p.

On tient à avoir les

## PAPIERS A TAPISSER STAUNTON

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

### Les Papiers "Tout Rognés" Staunton



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

## STAUNTONS LIMITED

Fabricants de papiers à tapisser  
TORONTO

Salles de ventes à Montréal: Chambre No 310  
Edifice Mappin & Webb, 10 rue Victoria.

# Il se Vend à Vue!

## Le Tranche-Aliments "HOME 65"

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

Superbement fini

Chapeau hermétique à l'eau

Fait au Canada

Une bonne ligne à mentionner en tout temps.

## MAXWELLS LIMITED

St. Marys, Ontario

## Qualité d'abord avec les MANCHES DE STILL

Nous faisons une spécialité de la fabrication des manches en bois

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

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

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

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

J. H. STILL MFG. COMPANY

St. Thomas - - Ontario

La demande pour une Peinture se mesure ordinairement par sa popularité

C'est pourquoi—

# LA PEINTURE RAMSAY'S

est pour vous une ligne profitable à vendre.

Ecrivez-nous pour notre proposition attrayante.

"La Peinture Correcte pour Peindre Correctement"

A. Ramsay & Son Company

Fabricants de Peintures et Vernis depuis 1842.

TORONTO MONTREAL VANCOUVER

## LA BANQUE NATIONALE

FONDEE EN 1860

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

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

Notre bureau de Paris,

14 RUE AUBER

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

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

Téléphone Main 2195

## MASSE & LANCTOT

et Provisions en gros. Receveurs et expéditeurs directs.

77 Marché Bonsecours, MONTREAL

Tél. Main 1689.

Résidence: Est 6412

## E. W. CARON

Marchand en gros de provisions, farine et grain de l'Ouest.

137-139 rue des Commissaires Est,  
MONTREAL

Téléphone Main 2001-5553

## J. A. GAUTHIER

Marchand de Fruits et Légumes en gros

54-55 Marché Bonsecours, MONTREAL

Bureau: Main 3016

Résidence: Lasalle 1876

## J. B. LAVERDURE

Marchand de Fruits et Légumes en gros

57 Marché Bonsecours, MONTREAL

Téléphones: Bell Main 2952

## J. A. DUBOIS

Marchand de Fruits et de Légumes en gros et à commission

BANANES UNE SPECIALITES

63 Marché Bonsecours, MONTREAL

Tél. St-Louis 99-3574-4317

## S. L. CONTANT

590 Marie-Anne, MONTREAL

CHARCUTERIE — VIANDES FUMÉES

F. X. Charbonneau  
Résidence privée:  
141, Rue Montcalm,  
Tél. Est 2994.

Magasin:  
Tél. Main 1573

## CHARBONNEAU FRERES

Marchands de Fruits et Légumes en gros et en détail.

78 Marché Bonsecours, MONTREAL

## BANQUE PROVINCIALE

DU CANADA

CAPITAL AUTORISE . . . . . \$5,000,000.00  
CAPITAL PAYE ET SURPLUS . . . . . 3,000,000  
ACTIF TOTAL: au-delà de . . . . . 34,000,000.00  
95 Succursales dans les Provinces de Québec, Ontario, Nouveau-Brunswick et de l'île du Prince-Edouard.

CONSEIL D'ADMINISTRATION:

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

Vice-Président: W.-F. CARSLLEY, capitaliste.  
Vice-Président: TANCREDE BIENVENU, administrateur Lake of the Woods Milling Co., limitée.

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

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

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

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

BUREAU DE CONTROLE.

(Commissaires-censeurs)

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

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

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

BUREAU-CHEF

M. Tancrede BIENVENU,  
Directeur-général.

M. J.-A. TURCOT,  
Secrétaire.

M. M. LAROSE,  
Inspecteur en chef.

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

Auditeurs représentant les Actionnaires

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

## BANQUE D'HOCHELAGA

— Fondée en 1874 —

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

— DIRECTEURS: —

Messieurs J.-A. Vaillancourt, président;  
l'hon. F.-L. Bélique, vice-président;  
A. Turcotte, E.-H. Lemay, l'hon. J.-M. Wilson,  
A.-A. Larocque, et A.-W. Bonner.  
Beaudry Leman, gérant-général.  
Yvon Lamarre, inspecteur.

SIEGE SOCIAL: MONTREAL (112 rue Saint-Jacques)

Bureau Principal: 95 rue Saint-Jacques

F. G. Leduc, gérant.

115 Succursales et Agences au Canada

— 39 Bureaux de Quartiers —

Tout dépôt D'UN DOLLAR ou plus ouvre un compte à la Banque sur lequel est payé deux fois par année un intérêt au taux de 3% l'an.

La Banque émet des LETTRES DE CREDIT CIRCULAIRES et MANDATS pour les voyageurs, ouvre des CREDITS COMMERCIAUX, achète des traites sur les pays étrangers, vend des chèques et fait des PAIEMENTS TELEGRAPHIQUES sur les principales villes du monde; prend un soin spécial des encaissements qui lui sont confiés, et fait remise promptement au plus bas taux de change.

# FINANCES

## UNE PERIODE D'ACTIVITE FINANCIERE S'ANNONCE

Nous sommes à présent dans une période d'activité sans précédent dans le marché des actions et obligations canadiennes.

Les mois qui vont venir devraient être les témoins d'une demande considérable d'actions et obligations canadiennes, comme l'histoire du Canada n'en mentionne pas.

Le succès de l'Emprunt de la Victoire 1919 assurant au Canada d'amples provisions d'argent, tendra à rendre plus faciles les conditions monétaires dans tout le Dominion. En outre, cet Emprunt a élargi le marché pour les actions et obligations canadiennes. Pendant ces derniers mois toutes les nouvelles émissions d'actions et d'obligations ont été suspendues de façon à laisser le champ libre à l'Emprunt de la Victoire du Gouvernement. A présent que le succès, à couronné cet emprunt, il y a toutes indications qu'un chiffre record de nouvelles émissions d'actions et d'obligations sera lancé sur le marché canadien. Ensuite, il y aura probablement une période d'activité considérable à la Bourse de Montréal. Les affaires de la Bourse se sont étendues à un degré considérable et alors qu'il y a quelques années la liste active s'élevait à 10 ou 15 stocks différents, il n'est pas rare à présent d'avoir 55 ou 60 émissions négociées au différentes parties de la Bourse.

Il peut être également souligné que les stocks réguliers canadiens n'ont pas monté comme les stocks américains et que la plupart peuvent encore être achetés à des prix qui assurent au capitaliste de bons revenus.

## ASSEMBLEE ANNUELLE DE L'ASSOCIATION DES BANQUIERS CANADIENS

L'assemblée générale annuelle de l'Association des Banquiers Canadiens a été tenue à Montréal le 13 novembre. En outre de la lecture des minutes et de l'état financier, il fut également reçu des rapports du secrétaire, du comité de rédaction (Canadian Bankers' Journal), du comité sur les profits mineurs, du comité d'économie, du comité sur les banques à succursales, et aussi des rapports sur des travaux éducationnels.

Après le discours du président, les questions suivantes furent discutées: Les crédits outremer.

Les amendements aux règlements comprenant la prévision d'une enquête par un comité dans les différences des maisons de compensation.

Considération du rapport du comité de la Mai-

son de Compensation de Winnipeg sur un système de collection centralisé.

Considération d'un memorandum préparé par l'Editor Canada Newspaper Company of London, England.

Lettre de la Royal Loan and Savings Company (Brantford) re plainte des banques quant aux heures du samedi soir proposées par la compagnie.

Chèques étampés: Les banques devraient-elles à une date à déterminer employer ces chèques seulement? (Circulaire No 9. — A., Juillet 1919.)

M. C. A. Bogert, gérant général de la Dominion Bank et ancien vice-président de l'association, fut élu président, succédant à M. E. L. Pease. M. Pease qui est directeur gérant de la Royal Bank, était président de l'association depuis 1914. Les personnages suivants furent élus vice-présidents: Sir Frederick Williams-Taylor, gérant général de la Banque de Montréal; M. H. A. Richardson, gérant général de la Banque de Nouvelle Ecosse; Sir John Aird, gérant général de la Banque Canadienne du Commerce, et M. C. E. Neill, gérant général de la Banque Royale du Canada. Le président et les vice-présidents, de concert avec M. Edward C. Pratt gérant général de la Banque Molsons, et M. J. P. Bell, gérant général de la Banque d'Hamilton, constituent le comité exécutif de l'association.

## LA BANQUE MOLSONS

[Incorporée en 1855]

Capital et Fonds de Réserve \$9,000,000

Ce "n'est que" grâce au crédit qu'elles obtiennent des banques que la plupart de nos grandes industries peuvent mener leurs affaires à bonne fin. Si vous sentez que vos affaires justifient l'emploi d'un capital plus considérable, nous suggérons une entrevue avec le gérant local de la Banque Molsons. Il se fera un devoir de vous conseiller dans vos affaires de finances.

**Edward C. Pratt,**

Gérant Général

## Assurances et Cartes d'Affaires

**Garantie de Contrat****Entrepreneurs-Contracteurs**

Les Municipalités exigent des Constructeurs de chemins des dépôts de garantie pour la bonne exécution dans un temps déterminé des travaux entrepris. Les propriétaires exigent aussi des Contracteurs des dépôts de garantie de même nature. "La Prévoyance" moyennant une indemnité relativement minime garantit la bonne exécution des obligations de toutes espèces contractées par des Entrepreneurs et leur permet ainsi de faire fructifier des capitaux qui, déposés en garantie, ne leur rapporteraient que l'intérêt modique de la banque.

Pour plus amples renseignements, s'adresser à "La Prévoyance", 189 rue St-Jacques, Montréal. Tél. Main 1626 et 1627.

J. C. GAGNE,  
Directeur-Gérant.

**LA PRÉVOYANCE**

GEO. GONTHIER H.-E. MIDGLEY  
Licencié Inst. Comptable. Comptable  
Incorporé.

**GONTHIER & MIDGLEY**

Comptables et Auditeurs  
10 rue St-Frs-Xavier, - MONTREAL  
Téléphone MAIN 2701-9  
Adresse télégraphique: "GONTHLEY"

**ASSURANCE  
COMMERCIALE**

Un commerce quel qu'il soit ne saurait être solidement protégé, si ceux qui contribuent le plus à son succès ne sont pas titulaires d'une Police d'Assurance dite de Protection Commerciale.

S'adresser pour tous  
renseignements à la

**CANADA LIFE**

ASSURANCE COMPANY

Siège social - - - TORONTO

La Compagnie d'Assurance

**Mutuelle du Commerce**

Centre l'Incendie

Actif . . . . . \$1,151,243.57  
DEPOT AU GOUVERNEMENT . . . . . \$69,660.00

—Bureau principal:—

179 rue Girouard, Saint-Hyacinthe.

**Solide Progrès**

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

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

**COMPAGNIE D'ASSURANCE  
SUN LIFE OF CANADA**  
SIÈGE SOCIAL - MONTREAL

**WESTERN  
ASSURANCE CO.**

Fondée en 1851

Assurances contre Incendie, Assurances Maritimes, d'Automobiles, contre l'Explosion, l'Émeute, la Désorganisation Civile et les Grèves.

ACTIF, au-delà de . . . \$7,000,000.00

Bureau Principal: TORONTO  
(Ont.)

W. B. MEIKLE

Président et gérant général

C. S. WAINWRIGHT, Secrétaire

Succursale de Montréal:

61, RUE SAINT-PIERRE

ROBT. BICKERDIKE, gérant

**Bureau Principal**

angle de la rue Dorchester ouest  
et l'avenue Union, MONTREAL.

**DIRECTEURS:**

J. Gardner Thompson, Président et directeur gérant; Lewis Laings, Vice-Président et Secrétaire; M. Chevalier; A. A.-G. Dent, John Emo, Sir Alexandre Lacoste, Wm. Molson Macpherson, J.-C. Rimmer, Sir Frédéric Williams-Taylor, L.L.D., J. D. Simpson, Sous-Secrét.



Maison fondée en 1870

**AUGUSTE COUILLARD**

IMPORTATEUR DE

Ferronnerie et Quincallerie, Verres à Vitres, Peinture, etc.

Spécialité: — Pôles de toutes sortes.

Nos 232 à 239 rue St-Paul

Ventes 12 et 14 St-Amable, Montréal

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

**Assurance Mont-Royal**

Compagnie Indépendante (Incendie)

17 rue St-Jean, Montréal

l'hon. H.-B. Rainville, Président

P. J. Perrin et J. R. Macdonald,

gérants conjoints.

Main 7059

**PAQUET & BONNIER**

Comptables Liquidateurs, Auditeurs, Prêts d'argent, Collection

Chambre 501

120 St-Jacques. MONTREAL.

**L. - R. MONTBRIAND**

Architecte et Mesureur,

230 rue St-André, Montréal.

**BRITISH  
COLONIAL**

FIRE INSURANCE  
COMPANY

MONTREAL

Capital Autorisé

\$2,000,000.00

Capital Souscrit

\$1,000,000.00

Capital Versé \$247,015.70

Actif \$1,019,177.68

Passif (Réserve)

\$139,911.62

Théodore Meunier, Directeur

B. A. Charlebois, Sous-Directeur

**P. A. GAGNON, C.A.**

COMPTABLE LICENCIÉ

(CHARTERED ACCOUNTANT)

Chambres 315, 316, 317, Edifice

Banque de Québec

11 Place d'Armes, MONTREAL

**GARAND, TERROUX & CIE**

Banquiers et Courtiers

48 rue Notre-Dame O., Montréal.



# ASSURANCES

## DEVELOPPEMENT DE L'ASSURANCE CONTRE LES INCENDIES ET LES ACCIDENTS

A une assemblée du Montreal Rotary Club tenue le 4 novembre, un discours fut prononcé par M. Pemberton Smith, sur le sujet de l'assurance. En soulignant son origine et son développement, il dit que l'assurance-feu était née en l'an 44 avant Jésus-Christ dans l'ancienne Rome, mais qu'elle avait été abolie par les pères de la cité parce que l'homme qui avait la brigade de feu organisée possédait quelque chose comme un cinquième de toute la propriété immobilière comme résultat de ses charges et opérations pour combattre le feu. Depuis lors jusqu'en 1435 de notre ère le monde se passa d'assurance et cette longue période fut connue comme l'âge sombre. A cette époque, une compagnie fut formée à Barcelone et au seizième siècle l'assurance maritime fut inaugurée. Les organisations d'assurance-feu prirent naissance réellement à la suite du grand feu de Londres en 1666, mais la première compagnie d'assurance fut virtuellement établie à charte en 1696. La première charte de ce côté de l'Atlantique fut établie en 1790 pour "faire affaires aux Etats-Unis, au Canada et en Nouvelle-Ecosse". Aux premiers jours de l'assurance, chaque

compagnie avait ses propres brigades pour combattre les feux sur les propriétés qu'elle avait assurées, et si un édifice qui n'était pas assuré brûlait, les compagnies accouraient sur la scène de l'incendie et la première venue avait la mission d'éteindre l'incendie et était payée par la corporation de Londres.

## L'ASSOCIATION D'ASSURANCE DE MONTREAL

L'assemblée annuelle de l'Association d'Assurance de Montréal et la "Blue Goose" Association a été tenue le 5 Novembre à Montréal sous la présidence de Lieut.-Col. Morris. On lut des rapports des activités de l'Association pendant l'an dernier, rapports qui montrent de jolis développements dans tous les départements et reflètent spécialement des progrès notables dans les lignes de travaux éducationnels. La publication du premier numéro du "Journal" montra un profit, et c'est un début pour former une bibliothèque de référence.

Les officiers élus pour l'année en cours sont: Président, M. J. E. Moberly, gérant de la Northern Assurance Co.; vice-présidents, M. W. S. Jopling, gérant de la Commercial Union Assurance Co., et M. Lewis Laing, assistant-gérant de la Liverpool and London and Globe Insurance Co., trésorier, M. C. S. Scott, de la Phoenix Assurance Co., de Londres. La série des lectures hebdomadaires sera reprise à une date prochaine et déjà des personnes éminentes promettent aux journaux des sujets d'intérêt pour les hommes dans l'assurance-feu.

Tél. St-Louis 1788  
747 Laurier Est.

## A. BERTRAND

BOUCHER-EPICIER

579 Chambord, MONTREAL  
Résidence  
Tél. St-Louis 5750

Tél. St-Louis 3911

## BRISSETTE & FRERE

VULGANISATION. Pneus Deux dans Un. Auto à louer.

155 Laurier, Est, MONTREAL.

## GEO. E. CHENARD

657 Mont-Royal Est, MONTREAL

Merceries pour hommes.

ISAIE RENAUD  
452 rue Marquette

JOSEPH GIROUX  
1190, rue St-Valier

Téléphone Bell Main 7227

## RENAUD & GIROUX

Marchands de Légumes

Gros et Détail

Spécialité de Patates au char.

Nos 51 et 52, Marché Bonsecours, Montréal.

Tél. Main 2643

Rés. Est 7737

## E. BENOIT FILS

Marchands de Farines, Grains, Provisions, Etc.

187-189 rue St-Paul Est, MONTREAL.

Téléphone: Est 5340

## La Cie de Musique "Champion"

Instruments de Musique. Musique en Feuilles.  
Machines à Coudre.

Réparations faites avec soin

764 rue Ste-Catherine (près Panet) Montréal.

Tél. Main 5163

## O. SEGUIN

Marchand de Patates, Provisions et Légumes

30-32-34 Place Jacques-Cartier, MONTREAL.

Tabac: une spécialité.

En Gros et Détail

Téléphone Est 415

Accessoires pour toutes sortes de machines. Réparations de machines et gramophones. Satisfaction garantie.

## Singer Sewing Machine Co.

Nous vendons à termes faciles et échangeons les vieilles machines. Nous vendons records et gramophones.  
Echangeons les Records.

Echange Ontario

A. BOIVIN, Prop., 904 Ontario Est, près  
Papineau. MONTREAL.

# L'“IDEAL”

est la lessiveuse actionnée par l'eau sur laquelle on peut compter pour avoir un service long et satisfaisant, lorsque l'on peut avoir la pression d'eau requise.



“La Machine qui marche toute seule”

Le moteur est simple de construction, n'ayant pas de parties délicates susceptibles de se détraquer. Il est fort et rapide, et avec du soin il durera des années.

Chaque moteur est éprouvé avec soin avant de partir de la fabrique.

Dans la fabrication de l'“Idéal” — moteur, cuve et autres parties — le meilleur matériel est employé par des ouvriers d'une grande habileté, de sorte qu'une fois la lessiveuse finie elle approche autant de la perfection qu'il est possible de le faire.

## Dowswell, Lees & Co., LIMITED

Représentant: JOHN R. ANDERSON

36-38 Rue St-Dizier, - - - MONTREAL, P. Q.

# PAR PLATE

100 per cent Value

Argenterie de  
confiance à prix  
modéré.



Faite au Canada.

L'OBJET de la PAR PLATE est d'établir des étalons de qualité durable en fait d'argenterie à prix modéré — et de rendre ces étalons de qualité aussi connus que ceux de l'Argenterie De Luxe Community Plate. L'Argenterie Par Plate est scientifiquement modelée pour donner un excellent service pour le prix. Cette argenterie est entièrement recouverte d'un placage de première qualité et l'endroit où porte surtout l'usure — c'est-à-dire le dos des cuillères et des fourchettes — est renforcé par une couche additionnelle d'argent pur.

Les modèles de l'Argenterie Par Plate, dessinés par les mêmes artistes qui ont fait les superbes modèles de l'Argenterie Community Plate, sont plus jolis que ceux de n'importe quelle autre argenterie offerte à ce prix. Cette argenterie donne une apparence plus distinguée à la table et elle donne une plus grande satisfaction. Comme arbitre du bon goût, le marchand est en position de discerner rapidement la valeur des articles qu'il recommande à sa clientèle. Avec l'Argenterie Par Plate il aura une ligne qu'il pourra vendre avec la plus entière confiance.

*Faite au Canada par la*

## ONEIDA COMMUNITY, LTD.

*Fabricants aussi de la célèbre Argenterie De Luxe Community Plate.*



USE KNIFE

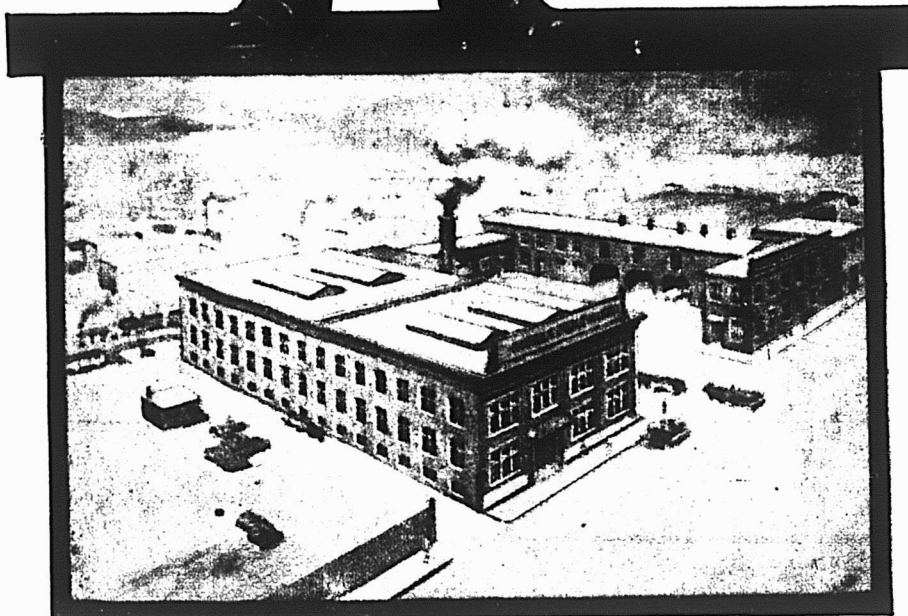


Sauvez la surface  
et  
Vous sauvez tout

La saison d'automne, plus que n'importe quelle autre, est le bon temps pour peindre.

Nous sollicitons de nouveau votre patronage sur la base du mérite seulement.

Nos produits ne sont pas faits pour être vendus à un certain prix mais d'après un étalon de qualité!



**OTTAWA  
PAINT  
WORKS  
LIMITED**

OTTAWA,  
Canada.