

PRIX COURANT



fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, MONTREAL, VENDREDI, 10 JANVIER 1913.

Vol. XLVI—No 2

LEA & PERRINS' SAUCE



By ROYAL WARRANT.



By ROYAL WARRANT.

La Sauce Worcestershire d'Origine et Authentique.

“LA FAVORITE DE L'UNIVERS”

Depuis plus de 70 ans, la Sauce Lea & Perrins fait les délices des épicuriens des cinq continents--- et est aujourd'hui la sauce la plus renommée de l'univers.

J. M. DOUGLAS & CO.

Montréal.

Agents Canadiens.





Le plus sûr moyen de réussir auprès d'un client est d'aller droit au But. Beaucoup de marchands ont ce talent et le succès de leurs affaires prouve qu'ils ont raison. Quand une cliente vient à votre magasin et vous demande une essence culinaire, elle désire naturellement une bouteille d'essence de la meilleure qualité, car de la qualité de l'essence dépend la qualité du mets. Si vous vendez une

ESSENCE CULINAIRE DE JONAS

Vous frappez droit au but pour gagner sa clientèle, car une femme ne manquera jamais d'apprécier ses mérites. Les essences Culinaires de Jonas plaisent aux plus difficiles parce qu'elles possèdent RÉELLEMENT la pureté, l'arôme et la force, et qu'elles donnent la satisfaction la plus complète. Tout ce qu'on peut mettre de qualité dans une bouteille d'essence se trouve dans les Essences Culinaires de Jonas.

HENRI JONAS & CIE.,

FABRICANTS.

MAISON FONDÉE EN 1870.

389 et 391 Rue Saint-Paul, - - - Montréal





M. l'Epicier, voici le temps de pousser la vente des

FÈVES CUITES "SIMCOE"

Les boîtes sont de quatre grandeurs différentes, avec ou sans Sauce Chili ou Tomates. La **Qualité** et la **Quantité** sont deux grands points qui se recommandent à vos clients, et il y a pour vous un profit considérable.

"Mettez la Boîte pour les Familles en Evidence". Notre grande boîte originale à bon marché. D'autres le font, pourquoi pas vous ?

Rappelez-vous que notre garantie accompagne chaque boîte de Fèves Cuites Simcoe.

DOMINION CANNERS, LIMITED

HAMILTON, ONT.

Préparées uniquement à notre Usine Simcoe à Lynn Valley.

Pour conserver vos Clients

Tout dépend de ce que vous pouvez leur fournir les articles dont ils ont besoin. Lorsqu'on vous demande le



Sirop de Blé d'Inde

Marque "Crown"

aucun autre sirop de blé d'Inde ne sera accepté. Vos clients le veulent simplement parce que c'est la Marque "Crown" — le sirop de Blé d'Inde le plus pur et le plus fin qu'on puisse obtenir.

Aussi clair que le miel filtré — d'un goût délicieux — le Sirop de Blé d'Inde est employé et apprécié dans la plupart des familles par tout le Canada. Ce sirop est l'objet d'une demande nationale, — parce que les ménagères savent que la Marque "Crown" est le Sirop Idéal Pour la Table — sans égal pour les fins culinaires et un aliment substantiel et nutritif pour les enfants. Il vous sera profitable de le tenir.

La demande est créée — Vous n'avez qu'à y répondre.

"The Canada Starch Co. Limited"

Manufacturiers des EDWARDSBURG BRANDS.

MONTREAL, CARDINAL, TORONTO, BRANTFORD, VANCOUVER.

PRIX COURANTS.

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

WALTER BAKER & CO., LTD.



Registered Trade-Mark

La lb.
Chocolat, Prime No 1, bte 12 lbs., pains de 1/2 lb. et 1/4 lb. 0.33
Chocolat à la Vanille, bte de 6 lbs. 0.44
German's Sweet, 1/2 s. et 1/4 bte de 6 lbs. 0.26
Breakfast Cocoa, bte de 1/5, 1/3, 1/2, 1 s., 12 lbs. to box et 5 lbs. tins. 0.39
Chocolat sucré, cinquième bte 6 lbs. pains de 1/5 lb. 0.20
Chocolat sucré, Caracas bte de 6 lbs. 0.32
Falcon Cocoa (Soda chaud ou froid). btes de 12 lbs., 1 lb. tins 0.34

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

BRODIE & HARVIE

Farines préparées de Brodie la doz.
Red XXX pqts de 6 lbs. 3.10
Red XXX pqts de 3 lbs. 1.60
Crescent pqts de 6 lbs. 2.90
Crescent pqts de 3 lbs. 1.50
Superb pqts de 6 lbs. 2.70
Superb pqts de 3 lbs. 1.40
Buckwheat pqts de 3 lbs. 1.60
Buckwheat pqts de 6 lbs. 3.10
Griddle-Cake pqts de 6 lbs. 3.10
Griddle-Cake pqts de 3 lbs. 1.60
Cartons contenant 1/2 doz. paquets de 6 lbs. ou 1 doz. paquets 3 lbs., sans charge extra.

L. CHAPUT, FILS & CIE.

Montréal
Thé Noir Ceylan "Owl"
No 5. 1 lb. 30 lbs. par cse 20c
No 5. 1/2 lb. 30 lbs. par cse 21c
No 10. 1 lb. 30 lbs. par cse 26c
No 10. 1/2 lb. 30 lbs. par cse 27c
No 15. 1 lb. 30 lbs. par cse 32c
No 15. 1/2 lb. 30 lbs. par cse 33c
No 30. 1 lb. 30 lbs. par cse 40c
No 30. 1/2 lb. 30 lbs. par cse 41c
Thé Vert Ceylan "Owl"
No 5. 1 lb. 30 lbs. par cse 20c
No 5. 1/2 lb. 30 lbs. par cse 21c
No 10. 1 s. 30 lbs. par cse 26c
No 10. 1/2 s. 30 lbs. par cse 27c

CHURCH & DWIGHT
Soda Cow Brand



Caisse, 60 paquets de 1 lb., \$3.00.
Caisse, 120 paquets de 1/2 lb., \$3.00.
Caisse, 30 pqts. 1 lb. et 60 pqts. 1/2 lb., \$3.00.
Caisse de paquets de 5c, contenant 96 paquets. \$3.00.

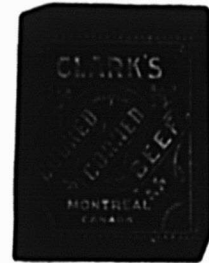
CIE. CANADIENNE DES PRODUITS AGRICOLES
Montréal

Lait Laurentia cse 12 pintes 1.20
Lait Laurentia cse 20 chop 1.20
Lait Laurentia cse 24 dem. 1.00

WILLIAM CLARK
Montréal

Conserves La doz.
Viandes assorties. 2.25
Compressed Corned Beef. 1s 2.25
Compressed Corned Beef. 2s 3.75
Lunch Ham. 1s 2.25
Lunch Ham. 2s 3.00
Ready Lunch Beef 1s \$2 2s 2s 3.75

Geneva Sausage 1s 2.50 2s 4.25
English Brown 1s 2.10 2s 3.50
Boneless Pigs Feet. 1s 2.10 2s 3.50
Sliced Smoked Beef 1/2s 1.50 2s 2.50
Roast Beef. 1s 2.25 2s 3.75
Ready Lunch Loaves, Veau 1/2s 1.60
Jambon, Bocuf, assortis 1s 2.75
Dito 1s 2.25
Boeuf Bouilli. 2s 3.75
Boeuf Bouilli. 6s 13.00



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



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

LES PAINS DE LEVURE

WHITE SWAN

sont les pains de levure les plus satisfaisants qui soient vendus au Canada et ceux sur lesquels on peut le plus compter.

Vos clients ne se plaindront pas de mauvais résultats, si vous leur fournissez les pains de levure de cette marque.

Donnez une commande à votre fournisseur.

White Swan Spices & Cereals Limited

Seuls Distributeurs. - - TORONTO.

Au Commerce.

La Grande Vogue de la

NOUVELLE FARINE ST. LAWRENCE

augmente de semaine en semaine.

Les maîtres-boulangers en reconnaissent la supériorité ; les ménagères l'apprécient de plus en plus ; elle représente la fine fleur des meilleurs blés de l'Ouest Canadien.

4 Marques d'Egale Pureté :

'Regal', 'National', 'Laurentia', 'Daily Bread.'

Vos commandes recevront notre meilleure attention.

The **St. Lawrence Flour Mills Co.,**

Téléphone Bell, Main 6741 Limited

1110 rue Notre-Dame Ouest, Montréal.

LA FARINE ST LAWRENCE. Blanche et Pure comme le Lys





Le Système de Votre Magasin a-t-il Démontré toute l'Efficacité Nécessaire à Disposer du Commerce des fêtes ?

Si non, c'est le temps de l'améliorer. Vous connaissez maintenant le point faible qui a été un obstacle et a empêché de donner un prompt service.

Voici une suggestion.

Montre en main, minutez les transactions individuelles. Comptez le temps qu'il faut pour compléter une vente au comptant, et faites de même pour une vente à crédit. Considérez le temps que perd un client à attendre sa monnaie là où on n'emploie pas un système moderne.

Rappelez-vous aussi que, pendant que ces clients attendent que leurs transactions soient complétées, ils empêchent les autres d'acheter.

Calculez les pertes que vous subissez du fait que vos clients ne sont pas servis promptement.

Souvenez-vous alors que, avec les CAISSES ENREGISTREUSES NATIONAL, la monnaie est faite sur le champ et qu'elles vous assurent le maximum de la protection quant aux feuilles de vente et à l'argent.

Une Caisse Enregistreuse National vous dit :

Le montant et l'espèce de chaque vente, et qui la faite.

Que le client a reçu sa monnaie exacte et que votre part de la transaction a été sauvegardée.

Que vous avez une entrée de chaque transaction faite dans votre magasin et que vous pouvez faire votre balance quotidienne rapidement et avec précision.

Que vos commis seront meilleurs vendeurs, plus soigneux et plus précis, parcequ'ils obtiennent crédit pour leur bon travail et qu'ils savent que la responsabilité des erreurs est déterminée audelà de tout doute.

Que, naturellement, comme une "NATIONAL" fait disparaître tant d'activité inutile, votre commerce gagne en efficacité.

— Vous n'assumez aucune obligation en demandant notre brochure qui explique l'usage que vous pouvez faire d'une Caisse Enregistreuse National dans votre commerce.

Demandez tout de suite cette brochure.

The National Cash Register Company

1 et 3 Rue Notre-Dame Ouest, - MONTRÉAL, Qué.

Fabrique Canadienne, - TORONTO.

MAÎNS HUÎLEUSES

MAÎNS PROPRES

LEQUEL
EST LE PLUS
AVANTAGEUX



NE GASPILLENZ PLUS VOTRE HUILE.

S'il était possible à un marchand de calculer la quantité d'huile qu'il perd chaque fois qu'il en mesure pour un client, il s'apercevrait avec surprise qu'il perd son profit de cette façon là. Adoptez-le

SYSTEME BOWSER

POUR MESURER L'HUILE.


Vous rembourserez en peu de temps le prix de votre machine avec ce que vous économiserez d'huile en vous servant de notre système, sans compter que nos conditions sont très faciles. Vous pouvez donner un certain montant comptant, et la balance à tant par mois. Le réservoir dans lequel vous mettez l'huile est à l'épreuve du feu. Vous pouvez mesurer n'importe quelle quantité d'huile. Vous suspendez la canistre au robinet, et en quelques tours de manivelle, c'est fait. Grandeurs assorties. Prix variés. Ecrivez-nous une carte postale en français et nous vous donnerons plus d'informations.

DEMANDEZ NOTRE CATALOGUE No. 8 F.

S. F. BOWSER & CIE, Inc.

66-68 Ave. Fraser, Toronto, Ont.

Manufacturiers depuis 27 ans de pompes à mesure automatique, de système d'emmagasinage de gazoline et d'huile, de mesure à enregistrement automatique pour conduits, de système de nettoyage à sec, etc.

Pork and Beans, boites hautes, Plain.	3s	1.35
Pork and Beans, sauce Chili.	1s	0.60
Pork and Beans, sauce Chili.	2s	0.95
Pork and Beans, sauce Chili.	3s	1.15
Ox tongue.	1½s	8.00
Ox tongue.	2s	10.00
Ox tongue.	2½s	11.00
Jellied Veal	1s	1.50
Jellied Veal	1s	2.40
Jellied Veal	2s	3.75
Gelées de Bouillon.	2s	3.50
Gelées de Bouillon.	6s	10.00
Potted Meats		
Ham, Tongue, Beef and Veal.	½s	0.50
Tongue, Ham and Veal.	½s	1.20
1s \$1.25, 2s 1.95, 3s 3.00, 4s 4.00, 5s		5.00
Pâtés de Foie	½s	0.90
Pâtés de Foie	½s	1.35
Soupes		
Chicken	pqts	1.10
Chicken	qts	3.00
Mulligatawnay, Oxtail, Kidney Tomato, Vegetable, Mock Turtle, Consommé, Pois	pqts	1.00
Dito	qts	2.00
Mince Meat		
(Tins fermées hermétiquement.)		
1s, \$1.25; 2s, 1.95; 3s, 3.00; 4s, 4.00; 5s, 5.		
Plum-Pudding Anglais	1s	1.90
Plum-Pudding Anglais	2s	2.40
		
Boeuf fumé en tranches "Inglass"	½s	1.50
Boeuf fumé en tranches "Inglass"	½s	2.10
Boeuf fumé en tranches "Inglass"	1s	3.35

J. M. DOUGLAS & CO.
Montréal



Bleus à laver
La lb.
"Bleuol", boites
10 lbs., 50 pqts
de 4 carrés. 15c
"Sapphire"
btes de 14 lbs.
pqts de ½ lb.
"Union", boites
de 14 lbs., pqts
de ½ et 1 lb. 10c

WM. H. DUNN
Montréal

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

BORDEN MILK CO., LIMITED
Montréal

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

Lait Condensé (sucré) Prix au Détaillant

Marque Reindeer (4 doz. par cse) \$6.00
Marque Mayflower (4 doz. par cse) 5.25
Marque Clover (4 doz. par cse) 4.75
Lait évaporé (non sucré)
Marque Reindeer Jersey, Boite de Famille (4 doz. par caisse) 3.90
Marque Reindeer Jersey, Boite moyenne (4 doz. par par caisse) 4.50
Marque Reindeer Jersey, Boite d'hotel (2 doz. par caisse) 4.25
Carque Reindeer Jersey, Gallon (½ douzaine par caisse) 4.75
Café (avec Lait et Sucre)
Marque Reindeer & 2 doz. par cse) 5.00
Marque Regal (2 doz. par cse) 4.50
Marque Reindeer, en jarres en verre (2 doz. par caisse) 6.20
Cacao (avec Lait et Sucre)
Marque Reindeer, (2 doz. par cse) 4.80
Limite de fret: 50c par Cwt.
Conditions: Net 30 jours. sans escompte



Laits et Crèmes Condensés.
St. Charles "Family" 3.90
St. Charles "Hotel" 4.25
Lait "Silver Cow" 5.40
"Purity" 5.25
"Good Luck" 4.50
Lait condensé
La cse
Marque Eagle, 4 doz., chaque, \$6
Marque Gold Seal, doz., chaque 5.25
Marque Challenge, 4 doz., chaque 4.75
Lait évaporé
Marque Peerless "Hotel", 2 doz., chaque. 4.25

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

The EDWARDSBURG STARCH CO.,

Ltd., Montréal.
 Sirops de Table.

Marque "Crown".

Quarts (700 livres) lb. 0.03½
 ½ quarts (350 livres) lb. 0.03½
 ¼ quarts (175 livres) lb. 0.03½
 Seaux de 38½ lbs. le seau 1.75
 Seaux de 25 lbs. le seau 1.25
 Canistres 2 lbs., 2 doz. à la caisse 2.40
 Canistres 5 lbs., 1 doz. à la caisse 2.75
 Canistres 10 lbs., ½ d. à la caisse 2.65
 Canistres 20 lbs., ¼ d. à la caisse 2.60

Marque "Lily White".

Canistres 2 lbs., 2 d. à la caisse 2.75
 Canistres 5 lbs., 1 d. à la caisse 3.10
 Canistres 10 lbs., ½ d. à la caisse 3.00
 Canistres 20 lbs., ¼ d. à la caisse 2.95

Marque "Beaver" (Goût d'Erable)

Canistres 2 lb., 2 d. à la caisse 3.50
 Canistres 5 lb., 1 d. à la caisse 4.00
 Canistres 10 lb., ½ d. à la caisse 3.95
 Canistres 20 lb., ¼ d. à la caisse 3.90

Empois de buanderie

La lb.

No 1 Blanc ou Bleu, cartons 3 lb. 0.06½
 No 1 Blanc ou Bleu, cartons 4 lb. 0.06½
 No 1 Blanc, barils 0.06
 Canada Laundry (cse de 40 lb.) 0.05½
 Silver Gloss, btes à coulisse, 6 lb. 0.08
 Silver Gloss, Canistres de 6 lbs. 0.08
 Kegs Silver Gloss gros cristaux 0.07

Edwardsburg's Silver Gloss, paquets chromos de 1 lb. 0.07½
 Benson's Satine, cartons de 1 lb. 0.07½
 Canada White Gloss, ppts de 1 lb. 0.06
 Benson's Enamel par caisse de 40 lbs. 3.00
 Benson's Enamel par caisse de 20 lbs. 1.50
 Celluloid Boîtes contenant 45 cartons, par caisse. 3.60
 Empois de cuisine (Boîtes de 20 lbs., ½ c en plus par livre).
 W. T. Benson's & Co., Celebrated prepared Corn Boîtes de 40 lbs. 0.07½
 Canada Pure Corn Starch (Boîtes de 2 lbs., ½ c en plus.) 0.05½

ELIE CHARBONNEAU

Marché Bonsecours

Montréal

Bananes, regime 0.00 2.50
 Citrons Messine (300c) 0.00 4.00
 Pommes Piwaki 0.00 3.50
 Pommes Russett 0.00 3.50
 Betteraves 0.00 0.90
 Navets 0.00 0.75
 Carottes 0.00 0.75
 Patates 0.00 0.90
 Pommes Spy No 1 0.00 4.00
 Pommes Spy No 2 0.00 3.00
 Pommes Baldwin No 1 0.00 3.50
 Al. la livre 0.00 0.10

W. GILLETT COMPANY LIMITED

Toronto. Ont.



AVIS.— Les prix cotés dans cette liste sont pour nos chantiers aux points de distribution de gros dans Ontario et Québec, à l'exception de la liste spéciale de prix pour les ventes en vrac, qui sont sujettes à varier sans avis.

— L'vain en Tablettes "Royal."

Boîtes 36 paquets à la boîte \$1.15

Lessive en Poudre de Gillett.)

La cse

6 doz. à la caisse \$3.50

3 caisses 3.40

5 caisses ou plus 3.35

Poudre à Pâte "Magic"

Ne contient pas d'aun.

La doz.

6 doz. de 5c. . . \$0.50

4 doz. de 4 oz. . . 0.75

4 doz. de 8 oz. . . 1.00

4 doz. de 12 oz. . . 1.30

2 doz. de 12 oz. . . 1.85

4 doz. de 16 oz. . . 2.25

2 doz. de 16 oz. . . 2.30

1 doz. de 2½ lbs. . . 5.00

½ doz. de 5 lbs. . . 9.60

2 doz. de 6 oz. } à

1 doz. de 12 oz. } la Cse

1 doz. de 16 oz. } \$6.00

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

Hurteau, Williams & Cie. Limitée

(Maison de Confiance fondée en 1892)

Le plus grand choix d'instruments de Musique au Canada

**PIANOS, PIANOS - AUTOMATIQUES
 PHONOGRAPHES, GRAPHOPHONES**

des plus célèbres fabriques du Canada, des États-Unis et d'Europe.

Le seul endroit où vous puissiez vous procurer le merveilleux "Phonola" (Phonographe Pathé) jouant les disques à saphir et à aiguille.

Nous sommes aussi les seuls représentants des 3 célèbres fabriques de **PIANOS**

"CHICKERING", "NEW SCALE WILLIAMS", "ENNIS & CO.",

reconnus par les plus grands connaisseurs comme les meilleurs PIANOS du monde.

Prix spéciaux pour argent comptant ou avec conditions de paiements pour convenir aux acheteurs.

Bureau-Chef et Magasin Principal : No. 316 rue Ste-Catherine Est, Montréal.

Succursale : No. 131 rue Sparks, Ottawa.

EASIFIRST



Le Sens des Affaires — Economise les Dollars

POURQUOI ACHETER

le saindoux de porc, quand vous pouvez acheter EASIFIRST Shortening, un Pur Produit Végétal qui fera tout (et encore mieux) ce que peut faire le saindoux, à plus de QUATRE cents de moins la livre ?

Garanti pour satisfaire les goûts les plus difficiles.

Préparé en paquets populaires : blocs d'une livre, en boîtes de ferblanc, en seaux, en tinettes ou en tierces.

Une commande d'essai veut dire : PLUS DE PROFITS DANS VOTRE GOUSSET.

Gunn, Langlois & Cie, Limitée
MONTREAL.

LA MARQUE KING



Les confitures de cette marque sont les meilleures.

Leur qualité vous créera une clientèle permanente.

Leur prix avantageux vous assurera un bon profit.

N'en offrez pas d'autres à vos clients.

Les confitures **Marque King** sont préparées en seaux de 5 et 7 livres (convercles à friction) ; en pots en verre et en seaux en bois.

Labrecque & Pellerin
MONTREAL.

Agents :

Province Maritimes J. Hunter White.
Province de l'Ouest J. J. Gilmos & Co., Winnipeg

LA MARQUE KING



TENEZ UN BON STOCK

des Soupes Evaporées Edwards', par ces temps froids et humides. Les Soupes Edwards' se vendent bien du fait qu'elles sont si intensivement annoncées — elles se vendent encore et encore du fait qu'elles sont si bonnes — elles se vendent souvent, parcequ'on en a besoin presque chaque jour à la cuisine.

Il y a déjà une grande vente des Soupes Edwards', et la campagne de publicité intensive de cette année provoquera une plus grande demande que jamais.

EDWARDS' DESICCATED SOUPS

Pour plus amples informations quant aux conditions faites au commerce, écrivez à

WM. H. DUNN

396 Rue St-Paul, MONTRÉAL

Représentant pour la Province de Québec et les Province Maritimes.

Les Soupes Evaporées Edwards' comportent trois variétés : Brune, Tomates, Blanche. La brune est une soupe épaisse, nourrissante, préparée au bœuf et aux légumes frais. Les deux autres sont des soupes purement aux légumes.

Saindoux Composé

LAING'S

Reconnu comme le meilleur sur le marché.

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

Son Prix est raisonnable.

MATTHEWS-LAING LIMITED

Rue Mill, . . . MONTREAL.

COOKS FRIEND
THE COOK'S FRIEND BAKING POWDER
 FOR RAISING ALL KINDS OF BREAD, PANCAKES, PIE-CRUST, OTHER PASTRY.
In making Bread with this powder no fermentation takes place, and thus neither acid nor alcohol is produced, thereby producing SWEETER, LIGHTER and BETTER BREAD than by any other method.
PREPARED ON CORRECT SCIENTIFIC PRINCIPLES.
 Never dip a wet spoon in the tin. Always keep in a dry place.

Au cours des cinquante dernières années, trois générations de marchands ont vendu la Poudre à Pâte qui a un "Pedigree", l'Amie de la Cuisinière— et trois générations de consommateurs en ont acheté. La vente augmente chaque année. Prenez votre part des ventes faites grâce à la qualité de l'Amie de la Cuisinière et à la publicité faite en sa faveur.

Plus pure que la Loi ne l'Exige — Ne contient pas d'Alun

W. D. McLAREN LIMITED, . . . MONTREAL.

La Meilleure Qualité

L'absolue pureté de la Gélatine de Cox en fait un produit supérieur d'une réputation mondiale. Quelle soit en poudre ou broyée en morceaux, elle est encore aussi exempte de substances étrangères que le cristal de roche du sol vierge.

La Gélatine de Cox

n'a jamais désappointé personne, et ne le fera jamais, parce que les gens obtiennent ce à quoi ils s'attendent lorsqu'ils achètent la meilleure de toutes les Gélatines — celle de "COX."

La meilleure qualité aujourd'hui, demain et toujours. Un actif sûr et certain dans le stock d'un épicier — toujours à sa valeur nominale de 100 cents dans la piastre.

ARTHUR P. TIPPET & Co.

AGENTS.

MONTREAL. TORONTO.

GRAND TRUNK RAILWAY SYSTEM

QUATRE TRAINS EXPRESS PAR JOUR

MONTREAL, TORONTO et l'EST
 9 a. m., 9.30 a. m., 7.30 p. m., 10.30 p. m. Wagons-buffet, salon et bibliothèque aux trains de jour; wagons-lits, "Pullman" éclairés à l'électricité, aux trains de nuit.

Seule Double Voie Ferrée. Les Trains les Plus Beaux et les Plus Rapides du Canada. Plus haute classe d'équipement

SERVICE DE TRAIN AMELIORE MONTREAL-OTTAWA
 LAISSANT MONTREAL à 7.00 a. m., c 8.30 a. m., f 3.55 p. m., .00 p. m.
 † Tous les jours, excepté le dimanche. * Tous les jours. c Train rapide arrivant à Ottawa à 11.15 a. m., soit deux heures et quarante-cinq minutes. c Wagon-salon Pullman. Les autres trains ont des wagons-restaurants.

EXCURSION A NEW-YORK
 Aller et retour de MONTREAL, G. T.-C. V. \$12.30
 Départ par Spécial 7.45 P. M., 20 juin ou trains réguliers 8.31 A. M. et 8.30 P. M.; limite de retour 1er juillet

EXPOSITION DE BESTIAUX
 ORMSTOWN, Qué.

Aller et retour de MONTREAL. \$1.25
 Au prix d'un billet simple de première classe, pour aller et retour, en vigueur de Casselman, St-Zotique, Ste-Agnès, Lacolle Jct., Upton et gares intermédiaires.
 Départ les 12, 13, 14 juin; limite de retour 15 juin.
 Train spécial, le 13 juin, laissant Montréal à 9.05 a. m.; au retour, laisse Ormstown à 11.00 p. m.

TAUX D'ETE POUR TOURISTES DE MONTREAL A LA COTE DU PACIFIQUE ET RETOUR
 En vigueur tous les jours jusqu'au 30 sept. inc.; limite de retour 31 oct. 1912; privilèges d'arrêts en route.

Vancouver, Victoria, Seattle/Portland, etc. \$100.50
 San Francisco, Los Angeles San Diego via Chicago et lignes directes dans les deux directions. \$105.45
 San Francisco, via Portland, Oré., dans une direction. \$115.50
 Des TAUX de RETOUR SPECIAUX seront aussi en vigueur de MONTREAL jusqu'au 19 juin inc.; limite de retour 31 août, à San Francisco, Los Angeles et San Diego, via Chicago et lignes directes, \$97.25; ou via Portland, Oré., dans une direction. \$108.00

EXCURSIONS DE COLONS
 Des billets aller et retour pour l'Ouest du Canada, via Chicago, seront en vente les 11, 25 juin; 9, 23 juillet; 6, 20 août; 3, 17 septembre, à des prix très réduits.


BUREAUX DES BILLETS EN VILLE:
 130 rue St-Jacques. Tél. Main 6005, ou gare Bonaventure

Soda "Magic"

No. 1 caisse 60 ppts de 1 lb . . .	2.85
5 caisses	2.75
No. 2 caisse 120 ppts de ½ lb . . .	2.85
5 caisses	2.75



No 3 caisse	
30 ppts. de 1 lb. } 2.85	
et 60 ppts. de ½ lb. }	
5 caisses	2.75
No. 5 caisse	
100 ppts de 10 oz. 2.90	
5 caisses	2.84
Crème de Tartre de "Gillett"	



	La doz
½ lb. ppts. (4 doz. dans la caisse)	\$1.00
¼ lb. ppts. (4 doz. dans la caisse)	2.00

	La case
1 doz. ppts., ½ lb.	{ assor-tis } \$8.00
2 doz. ppts., ½ lb.	
½ lb. canistres rondes, avec couvercles fermant à vis (4 doz. dans la caisse)	2.26
1 lb. canistres rondes, avec couvercles fermant à vis (3 doz. dans la caisse)	4.1f

	La lb
5 lb. canistres carrées (½ doz dans la caisse)	0.33
10 lb. boîtes en bois	0.30½
25 lb. seaux en bois	0.30½
100 lb. barils	0.28½
360 lb. barils	0.28

N. K. FAIRBANK COMPANY LIMITED
Montréal


Prix du Saindoux

Composé, Marque BOAR'S HEAD, F. O. B. Montréal.

Tinettes 60 lb. 0.10½
Tierces 0.10

Seaux en bois, 20 lbs. 0.10½
Chaudières, 20 lbs. 0.10
Caisses, 3 lbs., 20 à la caisse 0.11
Chaudières, 5 lbs., 12 à la caisse 0.10½
Caisses, 10 lbs., 6 à la caisse 0.10½

GUNN, LANGLOIS & Cie, Limitée
Montréal



Prix du Saindoux

Composé, Marque EASIFIRST

Tierces 0.09½
Tinettes 60 lb. 0.10

Seaux en bois, 20 lbs. 2.10
Chaudières, 20 lbs. 2.00
Caisses, 3 lbs. 0.11
Caisses, 5 lbs. lb. 0.11
Caisses, 10 lbs. lb. 0.11
Pains moulés d'une livre 0.11½

IMPERIAL TOBACCO CO., OF CANADA, LIMITED

Cigarettes Le 1,000

Athlete	8.50
Bouquet	5.75
Calabash	11.00
Columbia (tout tabac)	11.00
Coronet	18.50
Dardanelles (Turques) bouts unis	12.25
Dardanelles (Turques) bouts liège	

ou argent	12.50
Derby	6.55
Empire Navy Cut	8.00
Fatima	10.00
Guinea Gold	8.00
Gloria	5.75
Gold Crest	6.00
Hassan (Turques)	8.50
Imperial A. A.	27.00
Imperial A. A. 1	35.00
Mecca (Egyptiennes)	8.50
Mogul (Egyptiennes) bouts unis	12.00
Mogul (Egyptiennes) bouts en liège	12.00
Murad (Turques) bouts unis	12.00
New Light (tout tabac)	8.50
Niobe (Turques)	8.00
Old Chum	8.00
Old Gold	6.30
Old Judge	8.50
Pall Mall (format ordinaire)	18.50
Pall Mall (format royal)	25.00
Players' Navy Cut	8.20
Richmond Straight Cut	11.00
Sweet Caporal	8.50
Sweet Sixteen	5.75
Sub-Rosa (tout tabac)	8.50
Yildiz (Egyptiennes) bouts en liège ou en or	15.00
Yildiz (Magnums Egyptiennes) bouts unis, en liège ou en or	20.00
Cigarettes importées.	Le 1,000
Capstan (douces et medium)	12.00
Capstan, btes de 10 avec porte-cigarettes	12.50
Soussa (importées du Caire, Egypte), extra fine No 25	20.00
Extra fine No 30	23.00
Khediaval	30.00
Three Castles, btes de ferblanc, 50 s. et btes de carton 10 s.	15.00
Three Castles, btes de fantaisie,	

De Plus Gros Profits pour les Epiciers.

Les épiciers qui calculent le Prix Coûtant et Les Profits se refusent à vendre des céréales qui ne rapportent pas un profit raisonnable.

Il y a toutes raisons pour que **Post Tavern Special**, le nouveau gruaud chaud, ait le ferme appui des épiciers et devienne un vendeur préminent. Il donne le meilleur profit à l'épicier et satisfait parfaitement les consommateurs.

Post Tavern Special possède la qualité. L'habile mélange de Blé d'Inde, de Riz et de Blé, résultat de recherches par des experts en aliments, produit une saveur perfectionnée.

Non seulement le profit de l'épicier est plus considérable que sur les produits concurrents, et la qualité la meilleure, mais la campagne de publicité qui l'appuie est de la plus grande envolée.

Post Tavern Special est appuyé par la publicité de forts magazines nationaux. Mais, contrairement aux campagnes de publicité des produits de même nature, la sienne ne se borne pas aux magazines. Le pays est couvert de grandes affiches et, de plus, la campagne de publicité agressive et systématique comporte des démonstrations, la distribution d'échantillons et des milliers d'étalages de vitrines.

Comme pour tous les autres produits de la Compagnie Postum, la vente de chaque paquet de **Post Tavern Special** est absolument garantie au Marchand de Gros et au Détaillant.

En coopérant avec les manufacturiers, tout épiciers peut, avec cette nouvelle céréale, se créer un commerce dont les profits ne peuvent aller qu'en augmentant.

Post Tavern Special est fourni en caisses de 2 douzaines de paquets à 15c., ou de 3 douzaines de paquets à 10c.

Si vous ne l'avez pas déjà en stock, dites "**Post Tavern Special**" à votre fournisseur en gros à sa prochaine visite.

"Il y a une Raison"

Tabac à Cigarettes	La lb.	Rose No 1 de Landry.	0.32	3 oz. Rondes. Quintessences.	3.50
B. C. No 1, 1/12 s.	1.00	Rose No 1 de Houde.	0.34	8 oz. Rondes. Quintessence.	6.00
Puritan, 1/12 s.	1.00	(Empire Branch)		4 oz. Carrées. Quintessence. Bou-	
Athlete, 1/12 s.	1.05	Tabac à chiquer.	La lb.	chons émeri.	3.50
Derby, btes ferblanc 1/2 lb.	0.95	Club barres, 5 à la barre, 6 marc.		8 oz. Carrées. Quintessence. Bou-	
Sweet Caporal, 1/13 s.	1.15	à la lb., boîtes 5 lbs.	0.42	chons émeri.	7.00
Tabacs coupés.	La lb.	Moose 11s.	0.40	2 oz. Anchor.	1.00
Old Chum.	10s 0.79	Snow Shoe barres, 6 1/2 marc. à la		4 oz. Anchor.	1.75
Lord Stanley, Tins 1/2 lb.	1.05	lb.	0.45	8 oz. Anchor.	3.00
Meerschaum.	10s 0.79	Stag 5 1/3 marc. à la lb., 1/2 butts		16 oz. Anchor.	6.00
Athlete Mixture, Tins 1/2 et 1 lb.	1.35	12 lbs., boîtes 6 lbs.	0.39	2 oz. Golden Star "Double Force"	0.74
Old Gold	12s 0.95	Black Watch 6s.	0.45	1 oz. Golden Star "Double Force"	1.25
Seal of North Carolina.	12s 0.95	Bobs 6s. et 12s.	0.46	8 oz. Golden Star "Double Force"	2.25
Duke's Mixture (Cut Plug).	0.82	Currency 12s.	0.46	16 oz. Golden Star "Double Force"	4.25
Old Virginia, pqts 1/2 et 1 lb.	0.78 0.80	Pay soll 7 1/2s.	0.59	2 oz. Plates. Soluble.	0.75
Duke's Mixture (Granulé),		Empire Navy Chewing barres 14		4 oz. Plates. Soluble.	1.25
1/10s Bags 5 lbs. carton.	0.85	oz., boîtes 7 lbs.	0.53	8 oz. Plates. Soluble.	2.25
Bull Durham.		Tabacs à fumer en palettes.	La lb.	16 oz. Plates. Soluble.	4.25
1/10 bags, 5 lbs. carton.	1.25	Tedro barres, 16 oz., 5 marc. à la		1 oz. London.	0.50
1/16 bags, 5 lbs. carton.	1.25	lb., boîtes 6 lbs.	0.52	2 oz. London.	0.75
Old Virginia, pqts. 1/16 lb.	0.72	Empire 6s et 12s	0.44	Extraits à la livre de	\$1.00 à 3.00
Snap pqts. 1/12 et 1/6 lb.	0.48	Rosebud 6s.	0.45	Extraits au gallon de	\$6.00 à 24.00
Calabash Mixture, tins 1/2 et 1 lb.	1.15	Ivy 7s.	0.50	Mêmes prix pour extraits de tous fruits.	
Calabash Mixture, tins 1/2 lb.	1.20	Shamrock 6s.	0.45	Moutarde Française.	La grosse
Calabash Mixture, tins 1/2 lb.	1.35	Tabacs hachés.	La lb.	2 doz. à la caisse.	
Capstan Navy Cut (importé) tins		Great West (Sac) 8s.	0.59	Pony.	7.50
1/2 lb. Medium et Fort.	1.33	Regal, cube cut en boîtes 9s.	0.70	Medium.	10.00
Capstan Mixture (importé) tins		Taxi, Crimp cut, boîtes 10s.	0.78	Large.	12.00
1/2 lb. Medium.	1.33			Small.	7.50
Pride of Virginia (importé) tins		HENRI JONAS & CIE,		Tumblers.	10.80
1/10 lb.	1.33	Montréal		Egg Cups.	12.00
Old English Curve Cut (importé)		Extraits Culinaires.	La doz.	No 67 Jars.	12.00
tins 1/10 lb.	1.33	1 oz. Plates. Triple concentré	0.80	2 doz. à la caisse.	
Tuxedo (importé) tins 1/10 lb.	1.35	2 oz. Plates. Triple concentré.	1.50	Muggs.	12.00
Lucky Strike (importé) tins 1/10	1.33	2 oz. Carrées. Triple concentré.	1.75	Nugget Tumblers.	12.00
Rose Leaf (importé, à chiquer)		4 oz. Carrées. Triple concentré.	3.00	Athenian Tumblers.	12.00
1/10 oz.	1.22	8 oz. Carrées. Triple concentré.	6.00	Goblets.	12.00
Tabacs à chiquer (importés)	La lb.	16 oz. Carrées. Triple concentré.	12.00	1 doz. à la caisse	
Piper Hiedsieck.	1.20	2 oz. Rondes. Quintessences.	1.75	No 64 Jars.	15.00
Tabacs en poudre.	La lb.	2 1/2 oz. Rondes. Quintessences.	2.00	No 65 Jars.	18.00
Copenhagen en boîtes 1/12 lb.	0.90				
Horseshoe	0.90				



Les Connaisseurs

FUMENT LA

PIPE "PETERSON"

Tous les marchands de tabac soucieux de leur réputation devraient avoir cette marque en magasin.

Seule et unique maison au Canada réparant et fabriquant les pipes et articles de fumeurs en tous genres.

Propriétaires des
MARKES BIEN CONNUES



Seuls dépositaires des Tabacs et Cigarettes
de la Régie Française.

GENIN TRUDEAU & CIE., Limitée.

22 RUE NOTRE-DAME OUEST, - - MONTREAL.

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT"

Quand les mains sont souillées

Au bureau
Au magasin
A la banque
Chez l'imprimeur
A la maison



A la fonderie
A l'usine
A la manufacture
Au garage
A la ferme

Au fait, où que ce soit ou à la suite de n'importe quel travail ou amusement, employez

SNAP

Avantageux pour la peau

Il y a une vente considérable pour ce nettoyeur des mains.

SNAP COMPANY, Limited.
MONTREAL, QUÉBEC.



Rien d'autre ne fera l'affaire

On en prend l'habitude dès l'enfance, et cette habitude dure. Alors qu'elles sont encore toutes jeunes, on dit aux petites filles d'aller chercher du

SEL de Table WINDSOR

... et c'est ce qu'elles font; elles refusent tout autre sel— à cette époque et quand elles "sont grandes". Cultivez cette habitude, et conservez leur confiance, du début jusqu'à la fin, en leur offrant dès le début le Sel Windsor.

THE CANADIAN SALT COMPANY LIMITED
WINDSOR ONTARIO



Nous ne pouvons ajouter que très peu à tout ce que a été dit au sujet de l'absolue pureté et de la supériorité du

SODA A PATE "COW" BRAND

Lorsque la confiance du consommateur en son travail est si généralement exprimée, il n'est pas besoin de longs arguments pour convaincre des avantages qu'il y a à le tenir en stock.

C'est le MEILLEUR et, comme tel, il devrait toujours se trouver sur vos rayons.

CHURCH & DWIGHT, Limited
Manufacturiers :: MONTREAL

LA SAUCE Worcestershire de PATERSON

Le plus piquant des appétitifs, n'a pas besoin d'être recommandée à l'épicier qui ne tient que les meilleurs articles. Si vous ne l'avez pas encore en magasin, commandez-en et vous verrez que c'est un article supérieur pour la vente rapide, car elle est délicieuse et très profitable.

ROWAT & CO.

Glasgow, - - - Ecosse.

Distributeurs Canadiens.



Snowdon & Ebbit, 325 Édifice Corestine, Montréal, pour Québec, Ontario, Manitoba et le Nord-Ouest; F. K. Warren, Halifax, N. S.; J. R. Tilton, St. John, N.B.; C. E. Jarvis & Co., Vancouver B. C.

No 66 Jars.	21.00
No 68 Jars.	15.00
No 69 Jars.	21.00
Vernis à chaussures.	La doz.
1 doz. à la caisse	
Marques Froment.	0.75
Marque Jonas.	0.75
Vernis Militaire à l'épreuve de l'eau.	2.00

LABRECOUE & PELLERIN, MANUFACTURIERS, MONTREAL

Catsup King.	Douz.	\$1.00
Catsup King, bdl. 9 doz.		0.95
Confiture King, 2 lbs. cse 3 doz.		1.50
Confiture, cse 2 doz., 12 onces.		1.00
Confiture, pinte.		2.50
Caustique, 100 lbs. chaque.		2.75
Caustique, 50 lbs. chaque.		1.50
Lessive, cse 4 doz., douz. 40c, caisse.		1.40
Confiture, chaudière No 7, ch.		0.42½
Confiture, seau No 7 chaque.		0.45
Confiture, chaudière No 5, ch.		0.30
Confiture "King" chaudière No 7 ch.		0.45

MATTHEWS-LAING LIMITED
Montréal, Canada.



Lard en Baril Marque "Anchor"
Lard pesant, Canada Short Cut,
Mess brl. 35/45 28.50

Lard pesant, Canada Short Cut, Mess ½ brl.	14.50
Lard pesant, Canada Short Cut, brl. 45/55	28.00
Lard pesant, Canada Short Cut, ½ brl.	14.25
Lard pesant, Brown Brand, désossé, tout gras, brl. 20/35	28.00
Lard clair, pesant, brl. 20/35.	
Pickled Rolls, brl.	28.00
Lard à fèves, (petits morceaux, mais gras), brl.	21.50
Heavy, clear fat backs 40/5	28.50

Saindoux Composé Raffiné, choix.
Marque "Anchor".

Tierces, 375 lbs.	lb.	0.09½
Boîtes 50 lbs. net (doublure parchemin)		0.09½
Tinettes, 50 lbs. net (Tinette imitée)		0.09½
Seaux de bois, 20 lbs., net \$2.00		0.10
Seaux de fer-blanc, 20 lbs. \$1.90		0.09½
Caisnes 10 lbs. tins, 60 lbs. en caisses, bleu		0.10½
Caisnes 5 lbs. tins, 60 lbs. en caisses, bleu		0.10½
Caisnes, 3 lbs., tins, 60 lbs., en caisses		0.10½
Briques de saindoux composé, 60 lbs., en caisse		0.15½

Saindoux Marque "Anchor" (garanti pur).

Tierces, 375 lbs.		0.14½
Boîtes, 50 lbs., net & doublure parchemin		0.14½
Tinettes, 50 lbs., net (tinette imitée)		0.14½
Seaux de bois, 20 lbs., net (doublure parchemin)	\$2.95	0.14½
Seaux en fer-blanc, 20 lbs.		

brut	\$2.85	0.14½
Caisnes, 10 lbs., tins, 60 lbs., en caisses Rouge		0.15
Caisnes, 5 lbs., tins, 60 lbs., en caisses Rouge		0.15½
Caisnes, 3 lbs., tins, 60 lbs., en caisses Rouge		0.15½
Saindoux en carré d'une livre, 60 lbs., en caisse.		0.16
Viandes fumées,		
Jambons: Première qualité.		
Extra gros, 28 à 40 lbs.		0.13½
Gros, 20 à 28 lbs.		0.15
Moyens, 15 à 19 lbs.		0.16½
Petits, 10 à 13 lbs.		0.17
Jambons désossés, roulés, gros 16 à 25 lbs.		0.16
Jambons désossés, roulés, petits 9 à 12 lbs.		0.19
Bacon, Spécial Rose Brand		0.21
Bacon de Laing, à déjeuner, sans os, choisi		0.18½
Bacon de Brown, à déjeuner, marque anglaise, sans os, épais.		0.18
Bacon de Laing, Windsor, dos pelé.		0.21
Bacon de Laing, boneless		0.23
Jambons de Laing, choisis, Pique-Nique", 10 à 14 lbs.		0.13½
Petit bacon roulé, épicé, désossé, 8 à 12 lbs.		0.15½
Bacon choisi, Wiltshire, cote 50 lbs.		0.17½
Cottage Rolls.		0.16½
Saucisses fumées.		
Bologna (Bondon de Boeuf)		0.07
Bologna (Enveloppe cirée)		0.07
Brunswick (Beef Middles).		0.08
Frankfurts.		0.09
Polish.		0.09
Garlic.		0.09
Empress (Poulet, jambon et landoz.		1.10



La Valeur d'un Nom

pour la vente d'articles au public, a peu de meilleurs exemples que dans le cas du



SUCRE 'E'x't'r'a Granulé

Depuis plus d'un demi siècle, le nom de "REDPATH" a été le prototype du meilleur sucre du Canada et, par conséquent, le meilleur vendeur. Actuellement, il forme classe à part avec son emballage le plus propre, le plus commode et le plus moderne—les nouveaux

Cartonnages Cachetés de 2 et 5 livres.

Ces paquets, portant le nom de "REDPATH," sont ce qu'il y a de mieux aujourd'hui au Canada sur le marché du sucre. En retirez-vous le plus grand profit ?

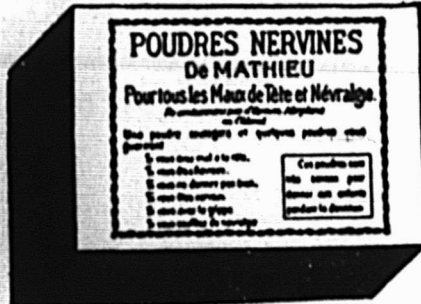
The Canada Sugar Refining Co., Limited.

MONTREAL.

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

LES POUDRES NERVINES DE MATHIEU

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



Si vous ne connaissez pas les Poudres Nervines de Mathieu, essayez-les à nos frais au moyen du coupon ci-joint.

Pour tous les rhumes le Sirop de Goudron et l'huile de foie morue, de Mathieu est reconnu comme un remède sûr et effectif.

LA CIE J. L. MATHIEU,

Propriétaire.

Sherbrooke, . . . P.Q.

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

Nom

De

(Nom de la maison de commerce).

Rue

Ville ou village

Province



St. Lawrence Sugar

Les plus intéressants changements relatifs aux sucres, sont l'augmentation des estimés de la récolte de Cuba qui devra atteindre 2,250,000 tonnes, soit une augmentation de 400.000 tonnes sur l'année dernière. D'un autre côté, les estimés de récolte de la betterave en Russie sont diminués d'à peu près autant.

THE ST. LAWRENCE SUGAR REFINERIES, LIMITED, MONTREAL.

STOCK DE SAISON

Les Gelées et Marmelades

Écossaises de **JAS. ROBERTSON & Sons** arrivent à temps pour le

COMMERCÉ D'HIVER

Il ne se fait pas de meilleures Confitures dans tout l'Univers.

Donnez votre commande pendant que nous avons l'assortiment complet.

MATHEWSON'S SONS, - Agents - Montréal.

Maintenant
AVE. PAPINEAU
 No 290

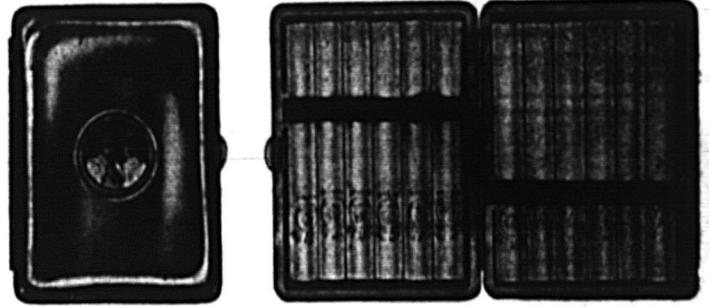
MONTREAL DAIRY COMPANY LIMITED

TELEPHONES:

Commandes, Est 1618
 Bureau, " 1361
 Particulier, " 2761

Le Cadeau d'une maison Anglaise aux Canadiens

Gratis



Pendant ces mois derniers, environ 100,000 beaux étuis à cigarettes ont été donnés aux fumeurs anglais des Cigarettes "Black Cat."

C'est une marque d'estime, un tribut à leur bon jugement en fait de tabac. Car les Cigarettes "Black Cat" sont éminemment les meilleures cigarettes de tabac de Virginie actuellement sur le marché.

Ces étuis à cigarettes comme cadeaux sont des chefs-d'œuvre de fabrication anglaise : tous portent le portrait de leurs majestés, le roi George et la reine Marie, blasonnés en couleurs sur la surface.

Ce sont de beaux souvenirs presque sans prix d'un événement inoubliable pour les sujets britanniques.

Vous pouvez en avoir un en échange de 50 coupons—échange demandé seulement comme preuve de ce que vous êtes un fumeur de Cigarettes "Black Cat." CECI N'EST PAS DE LA SOLLICITATION.

Et nous, la maison "Carreras", désirons que ce qui suit soit bien compris : Les Cigarettes "Black Cat", aussi bien que l'étui à cigarettes-souvenir, sont des produits du travail anglais, supporté par le capital anglais. Il n'y a là aucun élément étranger pour en compromettre la sincérité.

CARRERAS & MARCIANUS OF CANADA LIMITED 853 Boulevard St-Laurent, Montréal, Qué.

Fabricants des
Cigarettes

BLACK CAT

Moyennement fortes

10 pour 10 cents

Douces

Saucisses fraîches.	
Saucisses de porc (tripes de porc)	0.08½
Saucisses de porc (tripes de mouton)	0.09½
Lettes Saucisses de porc (pur porc).	0.15
Saucisses Cambridge (paquets de 1 lb)	0.00
Saucisses de fermier.	0.12
Chair à saucisses (seaux de 20 lbs.)	0.07½
Boudin blanc.	0.07
Boudin noir.	0.08

AGENCES

LAPORTE, MARTIN & CIE, LTEE.

Montréal

Légumes.

Petits Pois Importés "Soleil"	
Très fin, 100 boîtes	13.50
Fins, 100 boîtes	12.00
Mi-fins, 100 boîtes	11.00
Moyens, No 1, 100 boîtes	10.50
Moyens No 2, 100 boîtes	10.00
Moyens, No 3, 100 boîtes	9.25
Petits Pois "Frs. Petit & Cie."	
Mi-fins, 100 boîtes.	9.00
Moyens, 100 boîtes.	7.50

Haricots "Soleil"

Verts, noirs, extra fins, 100 boîtes	13.00
Verts, noirs, fins, 100 boîtes	11.00
Verts, noirs, extra fins, 40 flacons	8.50
Verts, moyens, 100 boîtes	8.25
Coupés, 100 boîtes.	8.00
Macédoines No 1 extra, 100 boîtes	13.00
Macédoines No 2 extra, 100 boîtes	9.25

Macédoines No 1 extra, 40 flacons	9.00
Cotes de Celeri, 100 boîtes.	8.00
Cotes de Celeri, 50 boîtes.	7.00
Epinards en Purée, 100 boîtes.	9.50
Epinards en Purée, 50 btes, 1 kilo.	9.00
Epinards en Purée, 40 flacons.	7.50
Fonds d'Artichauts, 100 boîtes	13.00
Carottes Tournées primeur, 100 b.	10.00
Soupes (Pois, Oscilles et Asperges)	
Vertes cerfeuil, 100 boîtes.	9.50
Printanière Nouvelle, 100 boîtes.	9.50
Purée de tomates concentrées	9.00
Julienne, 100 boîtes	8.00

Asperges.

C S

Pointes têtes seulement, 100½ b.	31.00
Pointes Longues, 11 c/m, 100 b.	28.00
Branches géantes, 100½ boîtes.	28.00
Branches géantes, 50 boîtes.	26.50
Branches Grosses, 100½ boîtes.	26.00
Branches Extra, 100½ boîtes.	25.50
Branches grosses, 50 boîtes.	25.00
Branches Extra, 50 boîtes.	24.00
Branches Fines, 100½ boîtes.	23.50
Branches Fines, 50 boîtes.	22.50
Pointes têtes seulement, 40 flac.	16.00
Branches géantes, 16 bocaux.	11.00

Flageolets.

Extra Fins, 100½ boîtes.	13.00
Moyens, 100/ boîtes.	11.00
Moyens, No 2, 100½ boîtes.	8.00

Asperges.

C/S

Coupées sur extra, 100½ boîtes.	23.50
Coupées sur extra, 50 boîtes.	22.50
Coupées, 1er choix, 100½ boîtes.	21.50
Coupées, 1er choix, 50 boîtes.	21.00
Coupées, choix courant, 100½ b.	17.00
Coupées, choix courant, 50 boîtes.	16.50
Coupées, 2e choix, 100½ boîtes.	13.50
Coupées, 2e choix, 50 boîtes.	13.00

Coupées sur extra, 40 flacons.	12.50
Sardines	C/S
White Bear ½s.	17.00
Le Pilote ½.	11.50
White Bear ¼s.	9.50
Light House ½.	8.50
Victoria ½s.	8.00
Alibert ½.	7.50

Savons de Castille.

Lb

Le Soleil 72% d'huile d'Olive.	
morc. de 10 oz., 200 à la caisse.	12.00
morc. de 7 oz., 200 à la caisse.	7.50
morc. de 1 lb., 50 à la caisse.	4.50
morc. de ½ lb., 50 à la caisse.	3.75
morc. de 3 lbs., 12 à la caisse.	0.09
morc. de 11 lbs., 25 à la caisse.	0.08
La Lune 65% d'huile d'olive.	Lb.
morc. de ½ lb., 50 à la caisse.	3.35
morc. de 3 lbs., 12 à la caisse.	0.08½

LAIT CONDENSE ET EVAPORÉ.

Borden Milk Co., Ltd., à l'Est de Fort William, Ont.

Conserve: —	Caisse
Eagle Brand, 4 doz.	\$6.00
Reindeer Brand, 4 doz.	6.00
Silver Cow Brand, 4 doz.	5.40
Gold Seal Brand, 4 doz.	5.25
Mayflower Brand, 4 doz.	5.25
Purity Brand, 4 doz.	5.25
Challenge Brand, 4 doz.	4.75
Clover Brand, 4 doz.	4.75
Evaporé (non sucré):—	
St. Charles Brand, 4 doz.	2.00
Peerless Brand, petit, 4 doz.	2.00
St. Charles Brand, famille, 4 doz.	3.90
Peerless Brand, famille, 4 doz.	3.90

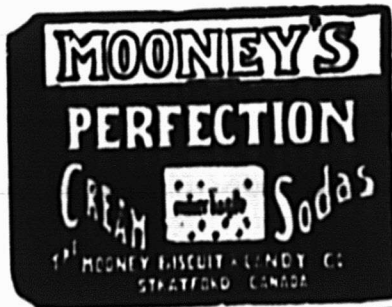
The logo consists of the letters 'USMC' in a bold, stylized, sans-serif font. The letters are filled with a stippled or textured pattern. The logo is enclosed within a rectangular box with a decorative, wavy border.

**Nous Pouvons
Tout Fournir
Depuis une Broquette
Jusqu'à un
Outillage Complet de
Manufacture.**

**Si vous avez besoin de
quelque chose, écrivez-nous.**

**United Shoe Machinery Company
of Canada**

Rues Lagachetière et Ste-Monique, MONTREAL, QUE.



LES BISCUITS

Qui Edifient un Commerce.

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

Soda à la Crème Perfection de Mooney

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

The Mooney Biscuit AND CANDY CO., LIMITED

Manufactures à

Stratford, Ont., Winnipeg, Man.

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

Etabli en 1892 Résidence: 684 rue Adam, Maison neuve
Tel. Main 2441 684 rue Adam, Maison neuve
Tel. Marché. 53 Tel. LaSalle 96

ELIE CHARBONNEAU

MARCHAND DE FRUITS
Spécialité: Patates de Choix.

70-71 Marché Bonsecours.
MONTREAL

LA FARINE PREPAREE (SELF-RAISING FLOUR) DE BRODIE & HARVIE

est aujourd'hui la farine préférée des ménagères. Elle donne une excellente pâtisserie, légère, agréable et recherchée par les amateurs. Pour réussir la pâtisserie avec la farine préparée de BRODIE & HARVIE, il suffit de suivre les directions imprimées sur chaque paquet.

14 116 rue Bleury MONTREAL

Jersey Brand, famille, 4 doz. . . .	3.90
St. Charles Brand, haute, 4 doz. . .	4.50
Peerless Brand, haute, 4 doz. . . .	4.50
Jersey Brand, haute, 4 doz. . . .	4.50
St. Charles Brand, hôtel, 2 doz. . .	4.25
Peerless Brand, hôtel, 2 doz. . . .	4.25
Jersey Brand, hôtel, 2 doz. . . .	4.25
St. Charles Brand, gallons, 1/2 doz.	4.75
"Reindeer" café et lait, 2 doz. . .	5.00
"Regal" café et lait, 2 doz. . . .	4.50
"Reindeer" cacao et lait, 2 doz. . .	4.80

JOHN P. MOTT & CO.



Elite, per doz. . . .	0.00
La lb. . . .	8.28
Prepared Cocoa . . .	0.36
Breakfast Cocoa . . .	0.30
No 1 Chocolate . . .	0.24
Diamond Chocolate. . . .	0.29
Navy Chocolate. . . .	0.35
Cocoa Nibbs. . . .	0.05
Cocoa Shells	0.18 à 0.30
Confectionery Chocolate . . .	0.18 à 0.35
Plain Chocolate Liqueurs . . .	la gr. 1.00
Vanilla Stick. . . .	

SALADA TEA CO.



THES DE CEYLAN
"SALADA"

Etiquette Brune, 1's et 1/2's. \$0.25	\$0.30
Etiquette Verte, 1's et 1/2's. . . .	0.27 0.35
Etiquette Bleue, 1's, 1/2's, 1/3's et 1/4's. . . .	0.30 0.40
Etiquette Rouge, 1's et 1/2's. . . .	0.36 0.50

SAVON

The GENUINE, empaqueté 100 morceaux par caisse.



Prix pour Ontario et Québec
Moins de 5 caisses. . . . 5.00
Cinq caisses ou plus. . . . 4.95

SNAP CO., LTD.,

Montréal.

Snap Hand Cleaner.



Cse de 3 doz. . . . 3.60
Cse de 6 doz. . . . 7.20
30 jours.

SOCIETE DES EAUX PURGATIVES RIGA



Montréal — Tél. Main 6473

1 doz., (en boîte de carton)	\$2.00
25 bouteilles, " "	4.00
1 caisse, (50 bouteilles)	7.50
2 caisses, (8 bouteilles gratis)	15 00
5 caisses, (30 bouteilles gratis)	37.50
10 caisses, (72 bouteilles gratis)	75.00
25 caisses, (200 bouteilles gratis)	187.50
Par lot de 1 doz. ou 25 bouteilles:	
C. O. D.	
Par lot de 1 caisse ou plus:	1% 10

IMPORTANT

Les Epiciers détaillants désirent plaire à leurs clients—devraient être certains pouvoir leur fournir les véritables



Baker's Cocoa and Chocolate

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

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

Manufacturées uniquement par
WALTER BAKER & CO., Limited.

Montréal, Can. Dorchester, Mass.
ETABLIE EN 1870.

LACAILLE, GENDREAU & CIE

Successeurs de CHS. LACAILLE & CIE.

EPICIER EN GROS

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

Spécialité de Vins de Messe de Sicile et de Tarragone.

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

CONFITURES PURES DE UPTON



CONFITURES PURES NOUVELLE SAISON. DE UPTON MAINTENANT PRETES

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

PURE MARMELADE D'ORANGE DE UPTON

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

Le Comptoir Mobilier**FRANCO-CANADIEN**

Société à Chartè par Actions

117-119 Rue Craig Ouest, . . Montréal

PHONE MAIN 6892

Le Comptoir Mobilier Franco-Canadien

Est ouvert à toute personne désirent contracter un emprunt sur effets mobiliers ou marchandises livrées à nos entrepôts, sans s'exposer à payer des taux usuraires et ruineux. L'honorabilité des fondateurs et directeurs du Comptoir constitue la meilleure garantie des emprunteurs.

La Cie. achètera à des prix raisonnables et défiant toute concurrence, tous objets ou marchandises non-périssables, en réservant au vendeur l'option de rachat dans un temps déterminé.

Le Comptoir Mobilier Franco-Canadien

Fait des avances d'argent sur tous objets ou marchandises non périssables, ayant une valeur commerciale et déposés aux bureaux de la Société.

La Société se charge de la Vente par Encaen de toutes marchandises et possède des Entrepôts et Magasins Généraux pour la Vente à Commission de tous articles et effets mobiliers confiés à la Société pour cette fin

La Qualité Derrière Le Nom

est le facteur le plus puissant pour la vente de tout article de commerce.

Ne donnez au consommateur que ce qu'il y a de PLUS PURE et de MEILLEUR et vous jetterez les bases d'un commerce stable, permanent, et toujours progressif.

Les Fèves au Lard de Clark

sont préparées exclusivement avec les matières les PLUS PURES et les MEILLEURES.

Les fèves sont de la plus haute qualité et soigneusement choisies, les ingrédients qui entrent dans les sauces sont strictement les plus purs qu'on puisse obtenir, et la méthode de préparation est la plus moderne et la plus parfaite. Le résultat de tout ceci est la QUALITE qui a fait que le nom de CLARK est maintenant dans tous les foyers.

Achetez la Qualité qui se Vend.

Wm. Clark, Montreal

jours, net 30 jours, F. O. B., Montréal.

Nous allouons:
15c par doz. de bouteilles retournées en bon ordre.

20c par caisse avec couvert.

Les conditions ci-haut seront strictement suivies.

ARTHUR P. TIPPET & Co., Montréal

Lime Juice "Stowers"	La cse
Lime Juice Cordial, 2 doz.	pts. 4.00
Lime Juice Cordial, 1 doz.	pts. 3.50
Double Refi, lime juice.	3.50
Lemon syrup.	4.00

WHITE SWAN SPICES &**CEREALS, Limited**

Pains de Levure "White Swan",
caisse de 3 doz., 5c le paquet. 1.15

PRIX DES BALAIS DE LA CIE P.

CLICHE LTEE, BEAUCE JCT., QUE.

	Doz.
Marque Roscau, 5 cordes	\$4.50
" Beauce, 5 cordes	4.50
" Cliche, 5 cordes	4.15
" Blériot, 4 cordes	3.75
" Chaudière, 4 cordes	3.50
" Econome, 3 cordes	3.25
" Bon marché, 2 cordes	2.50
" Special, 3 cordes	2.20
" Spécial, 3 brochés	4.50

Dix cents par douzaine sera chargé pour chaque corde additionnelle. Fret payé par 6 douzaines. Escompte spécial par 25 douzaines ou plus. Demandez nos listes de prix et catalogues.

Lisez beaucoup et soigneusement; réfléchissez sérieusement, et n'hésitez pas à faire usage des idées que d'autres hommes ont eues avant vous.

Il y a une valeur pour

l'épicièr dans les boîtes de savon FELS-NAPTHA.

Elles sont propres, fortes, bien faites et utiles pour l'emballage et la réexpédition.

Il n'y a peut-être pas d'autres contenants d'une spécialité qui se vendent aussi facilement et à un aussi bon prix.

**"LES SACS ERMALINE**

ET
RIEN
QUE

LES SACS ERMALINE".

Que ceci soit votre devise d'ici quelques mois, et le commerce augmentera de toutes parts.



Le système de cuisson Ermaline s'est fait de nombreux amis; vous pouvez encore ajouter au nombre et en tirer un bénéfice en dollars et en centins.

Désirez-vous une série échantillon ?

Edward Lloyd, Ltd.

508 Edifice Banque des
Cantons de l'Est.

MONTREAL . . . CANADA

YEAST ROYAL CAKES

POURQUOI EXPERIMENTER ?

Epiciers : Les Pains de Levure Royal, comme tous les autres produits de cette Compagnie, et à cause de leur qualité supérieure, sont depuis longtemps reconnus comme les meilleurs du Canada. Ils donnent depuis si longtemps une satisfaction parfaite que toute tentative d'expérimentation avec des marques inconnues peut entraîner et entraînera la perte de clients précieux.

ROYAL YEAST CAKES



Fait un Pain Parfait.



E.W. GILLETT COMPANY LIMITED
TORONTO, ONT.
WINNIPEG MONTREAL

BLUE LABEL



Les Sardines Marque "BRUNSWICK"

Dans la préparation des PRODUITS ALIMENTAIRES MARINS de la MARQUE "BRUNSWICK", nous n'employons que le poisson le plus soigneusement choisi et le plus frais qui soit pêché dans la fameuse Baie Passamaquoddy.

La haute qualité de nos produits nous a valu une grande clientèle qui, grâce à des méthodes commerciales consciencieuses, augmente constamment. Lorsque vous tenez les Marques de Connors Bros., vous vendez des articles qui créent une clientèle.

Notre établissement est administré dans les meilleures conditions possibles et nos marchandises parviennent au consommateur en parfait ordre.

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

AGENTS :

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

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT"

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

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

Téléphone Bell Est 1185.

MONTREAL.

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

Bureau de Montréal : 80 rue St-Denis.

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

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

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

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

Toute année commencée est due en entier.

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

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

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

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

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, Vendredi, 10 Janvier 1913.

Vol. XLVI—No 2.

LA DEFENSE DU PETIT COMMERCE

COMMENT LES DETAILLANTS DOIVENT SE DEFENDRE !

Et d'abord, peuvent-ils se défendre? Car enfin, c'est la première question qu'il convient de se poser. Il va de soi que s'il était prouvé que le commerce de détail est un commerce fini, correspondant à une époque disparue, survivance désuète ne tenant plus que par un miracle de la force acquise, il serait absolument stupide, sinon criminel, d'engager de braves gens à se lancer dans cette branche de l'activité humaine. Si une loi économique quelconque se dressait devant le commerce de détail pour lui barrer définitivement la route, nous serions les premiers à crier casse-cou et à grossir au besoin l'obstacle, afin d'éviter ces catastrophes partielles qui sont d'autant plus tristes qu'elles frappent des petits, des humbles, parvenus à la force du poignet à conquérir une maigre situation et qui, une fois déracinés, sont généralement dans l'impossibilité de remonter le courant et se noyent irrémédiablement.

Mais cette loi économique n'existe pas. Au contraire, la plupart des économistes sont d'accord pour reconnaître la nécessité du commerce de détail et sa vitalité, son immortalité même, en dépit de la concentration toujours croissante du commerce et le développement en apparence progressif des gigantesques maisons à rayons multiples.

Il y a d'abord certains commerces qui ne peuvent s'exercer d'une façon satisfaisante que par la maison de détail et qui vont mal avec l'ampleur, la généralisation du grand magasin. Notamment, l'alimentation. Ainsi pour la boucherie, les épicerie riches qui se sont créées ont installé, presque toutes, un rayon de boucherie; or c'est un fait avéré que ce rayon n'a pas tenu ce que l'on espérait et que les boucheries de quartier ont conservé en général leur clientèle, nos grands établissements n'ont pu absorber les petites épicerie locales, et ils ont si bien compris l'impossibilité d'y arriver directement, qu'ils ont pris un chemin détourné: ils ont installé dans chaque commune un peu importante de véritables magasins de détail auxquels ils prêtent leur nom et vendent leurs marchandises, jouant auprès d'eux le rôle du marchand en gros.

Ce qui est vrai pour l'alimentation l'est également pour tous les autres commerces de détail. Le grand magasin a évidemment l'avantage considérable de se procurer les articles à des prix exceptionnels en raison de ses achats formidables, de ses capitaux énormes, et, par conséquent, de pouvoir vendre à des prix bien inférieurs — du moins, il le dit.

Mais le prix de vente n'est pas tout dans le commerce, il y a aussi, et peut-être surtout, la manière de vendre. Dans une firme à multiples rayons, à personnel nombreux, le client, au lieu de se trouver en face d'un commerçant connu personnellement, propriétaire de son fonds, donc puissamment intéressé à ce que le client parte satisfait et revienne souvent, le client est mis en face d'un employé, d'un salarié. Celui-ci peut être un vendeur excellent, un employé zélé, loyal et consciencieux, il est certain qu'il n'aura jamais le stimulant de l'intérêt personnel, à un degré aussi haut que le commerçant vendant lui-même dans sa boutique, ou surveillant lui-même un personnel restreint.

Le personnel d'un grand magasin aura beau être surveillé de la façon la plus étroite et la plus active, il sera toujours "le personnel", c'est-à-dire une réunion momentanée d'hommes ou de femmes qui n'ont aucune part à la direction de l'entreprise, qui ignorent les soucis de l'échéance, pour qui les acheteurs ne sont qu'autant d'occasions de travailler et qui, la journée terminée, ne pensent plus à l'affaire qui les paye.

L'acheteur, dans ces grandes entreprises, est une simple unité anonyme; il disparaît dans le nombre, il perd de son indépendance aussi bien dans le choix que dans la discussion du prix. S'il est quelque peu difficile, tatillon, il devient une gêne insupportable pour le vendeur qui, dès lors, n'a qu'un souci: s'en débarrasser au plus vite par tous les moyens possibles, au besoin en l'énervant, en le "balançant" proprement, c'est-à-dire avec toutes les apparences de la meilleure volonté du monde et de la politesse la plus exquise, à cause de la surveillance. Ne vous est-il jamais arrivé d'aller dans un grand magasin et de ne pas pouvoir obtenir l'article que vous désiriez, parce que cet article se trouvait à la réserve et qu'il fallait que le vendeur monte quelques étages pour le trouver? Evidemment, il y a toujours la ressource du recours à l'inspecteur ou au chef de rayon, mais ce sont là procédés de coercition auxquels le client n'aime pas faire appel.

Dans le magasin du détaillant, le chaland est ou, plus exactement, pourrait et devrait être mieux soigné, étant l'objet d'une attention personnelle. Il est dans sa ville, dans son quartier, il est plus ou moins connu du vendeur: son vendeur l'est également de lui, et, en outre, celui qui vend a, en même temps, tous les soucis de l'exploitation; c'est lui qui paye les échéances, aussi surveille-t-il les recettes avec un soin



Papier à Mouches TANGLEFOOT

Le seul Papier à Mouches qui soit hygiénique et ne contienne pas de poison.

anxieux. Pour un grand magasin, un client perdu ne compte pas; on ne s'en aperçoit même pas. Mais pour le détaillant, un client perdu, c'est énorme. D'abord, c'est peut-être \$100 de rente annuelle qui disparaissent; ensuite, c'est souvent la perte des parents et des amis de ce mécontent.

Le consommateur a donc un certain intérêt à ne pas délaisser le petit commerçant et à ne pas désertier complètement son magasin. C'est lui qui le protège et le protégera longtemps encore contre le rançonnage des grands magasins. Par contre, il est naturel qu'il exige de ce commerce de détail tous les avantages qu'il est en droit d'en attendre.

Le grand développement pris par le commerce concentré, par les magasins à multiples rayons tient à plusieurs causes. Nous ne voulons nous occuper ici que de celles qui sont les plus frappantes et aussi les plus facilement combattables.

Il y a d'abord la nonchalance, le manque d'initiative des gros fabricants. Plutôt que de rechercher par son travail personnel, par son activité, le client moyen, plutôt que d'avoir cent clients moyens qui payeront tel produit \$20, le fabricant préfère un client très grand qui paie \$16. Le bénéfice est moindre, mais le travail aussi. L'acheteur arrive, fait son prix, fournit au besoin son modèle et d'un seul coup achète — c'est le cas bien souvent — la production de toute l'année.

Le prix est réduit à ses extrêmes limites, la marge entre le prix de fabrication et le prix de vente n'est plus une marge, c'est un filet. Des conditions draconiennes sont imposées, et le gros acheteur se montrera d'une exigence terrible pour leur observation! Mais peu importe! Le fabricant a vendu; il n'aura plus, pendant l'année, qu'à surveiller la fabrication. Finie la chasse aux clients et ses émotions! Il n'y a plus qu'à se laisser vivre.

Le fabricant devient quelque chose comme un employé de grand magasin, à ce point qu'au début de l'année, son marché passé, il peut évaluer à peu de chose près — sauf les réductions susceptibles d'intervenir pour erreurs ou malfaçons — ce qu'il gagnera dans ses douze mois. L'usurier se laisse prendre dans l'engrenage; il se désintéresse de plus en plus de ses anciens acheteurs, et s'endormant dans le calme de sa nouvelle vie de chef de fabrication, il perd à la fois son indépendance et sa clientèle.

Trompeuse sécurité! Les exigences de son unique acheteur augmentent et elles augmenteront de plus en plus. Et il sera obligé de les subir, parce que le jour où, poussé à bout, il vaudra rompre, il constatera avec terreur que son acheteur-patron parti, il ne lui reste rien... Sa maison est à refaire.

Les fabricants devraient comprendre qu'ils ont un intérêt vital à favoriser l'existence du commerce de détail qui, seul, leur permet d'échapper à la main mise par les grands magasins sur leurs usines, et de maintenir, pour les produits fabriqués, un prix rémunérateur pour tous.

Le détaillant lui-même a bien des fautes à se reprocher. Il peut, lui aussi, faire son "mea culpa".

Tout d'abord, lui aussi a une tendance un peu trop forte à sacrifier son indépendance, son individualité, et se laisser — qu'on nous passe le mot — domestiquer soit par les grands magasins, soit par certains fabricants qui, dès lors, le tiennent à leur merci et l'exploitent honteusement.

Il est de notoriété publique, par exemple, que certaines maisons importantes possèdent, comme revendeurs, quantité de petits marchands qui, en apparence détaillants indépendants, ne sont, en réalité, que les gérants, les employés de grosses maisons.

Pourquoi tels épiciers, qui sont suffisamment bien placés pour faire leurs affaires par leur propre activité, acceptent-ils de supprimer leur personnalité et de s'annihiler en quelque sorte dans telle ou telle marque connue?

Combien de magasins de nouveautés, de bazars de pro-

vince entrent actuellement dans cette voie et acceptent de n'être plus, aux yeux du public, que des succursales du grand magasin? Ceux qui acceptent cet état de choses, qui acceptent ainsi de n'être plus eux-mêmes, devraient comprendre qu'ils en seront finalement les victimes réelles et pitoyables.

Et le public, l'acheteur? Est-il fautif? Mon Dieu, il est certain que le consommateur a tendance, et c'est naturel, à aller chez celui qui vend le meilleur marché, sans chercher plus loin, sans s'embarrasser de réflexions de nature sociologique et économique sur les conséquences de son acte. Mais il ne faut pas exagérer. Le consommateur ne se laisse pas continuellement et uniquement guider par le meilleur marché. Il y a d'autres sentiments qui influent sur sa décision.

Le consommateur est toujours désireux d'avoir près de lui, sous la main, le vendeur des articles dont il a besoin. Les grands magasins l'ont compris et ils font tout ce qu'ils peuvent pour donner au client de province l'impression qu'en réalité par l'envoi de catalogues extrêmement détaillés, voire de marchandises à choisir, par la faculté de retourner les objets qui ne plaisent pas, la maison vendeuse vient le trouver chez lui et, par conséquent, est aussi proche de lui que le magasinier de sa propre rue. Mais, malgré tout, le résultat obtenu est incomplet.

L'acheteur, quelle que soit d'ailleurs l'importance de son achat, en veut "pour son argent", aussi bien en ce qui concerne la marchandise elle-même, que relativement à la façon dont elle est vendue, l'accueil qu'on lui fait, les égards dont on l'entoure. Dans les grands magasins, l'accueil, il faut bien le dire, manque un peu de chaleur. La politesse y est parfaite, mais si froide! L'acheteur se résout difficilement à l'anonymat qui l'attend au seul du grand magasin; il est un peu malade qu'il en ait diminué en présence de cette force énorme. Il sent qu'il n'est plus qu'un rouage infime dans la colossale machine et qu'il ne lui est pas possible d'élever la voix, d'exprimer une volonté comme il le ferait chez le détaillant de son quartier ou même de la petite ville.

Par instinct et aussi par atavisme, les sympathies vont au petit commerce.

Nous avons donc la conviction absolue que le petit commerce, le commerce de détail jouit de plus de sympathies qu'il ne le suppose. Ces sympathies sont dans bien des cas latentes, c'est possible, mais il lui appartient de les faire se révéler et se traduire d'une manière effective.

Comment?

Evidemment, nous n'avons pas la prétention, dans un seul article, de fournir à tous les commerçants détaillants, quelle que soit leur branche, un code complet de savoir faire commercial, mais nous voudrions en quelques lignes et pour répondre à des demandes bien souvent formulées, fournir à tous des indications pratiques essentielles dont nous avons pu expérimenter les bons effets.

Le détaillant n'a pour lutter, pour se défendre efficacement qu'une seule arme: la publicité.

Maintenant il faut s'entendre sur le véritable sens et la portée exacte de ce mot qui a le don d'épouvanter bien des gens: la publicité. Le fait seul d'avoir un magasin constitue déjà un acte de publicité et tout ce que le commerçant tentera pour faire connaître ce magasin, y attirer les chalands, le rendre plus attractif, plus plaisant, tout ce qu'il imaginera pour mieux vendre, tout cela constituera de la publicité. Le commerçant détaillant doit en faire continuellement.

Le magasin doit être clair et propre, d'un accès facile. L'éclairage doit être brillant et surtout intelligemment disposé, avec cette idée directrice qu'il faut largement éclairer, mais ne pas éblouir.

Le commerçant lui-même doit être avenant, aimable et

complaisant. Il doit toujours avoir une tenue correcte et se rappeler que son magasin n'est pas un appartement, mais un "magasin", c'est-à-dire un endroit neutre, public, où l'acheteur, en entrant, doit avoir la sensation qu'il est chez lui, et non pas chez vous.

Le magasin doit toujours donner une impression de gaieté et de confort. On y arrive par un éclairage soigné: les gents aiment la lumière et vont instinctivement à la lumière. On y arrive aussi par le maintien d'une température égale, suffisamment chaude. Rien de lugubre et de rebutant comme ces devantures obscures dont les glaces sont couvertes de givre.

L'étalage doit être renouvelé fréquemment, d'abord parce qu'il sera d'autant plus attractif, le passant étant toujours intéressé, ensuite parce que l'on n'y verra pas de marchandises fanées, flétries, qui donnent une triste idée des objets en vente. On apportera un soin tout particulier aux étiquettes placées dans la vitrine; il ne faut pas craindre d'en multiplier le nombre, mais il faut s'efforcer de les rendre originales aussi bien par la forme que par la rédaction, et il importe surtout de les renouveler fréquemment: une étiquette jaunie, salie, froissée, écornée donne une triste idée de l'ordre qui règne dans votre maison et de la fraîcheur de vos marchandises. Ne mangerez-vous pas plus volontiers et d'un meilleur appétit sur une nappe bien blanche, fleurant bon la lessive que sur une table de bois mal lavée?

Et surtout ne vous promenez pas dans votre magasin en chemise de flanelle, monsieur, en peignoir, madame! C'est un manque d'égards pour votre client, et ce petit détail a plus d'importance que vous ne le supposez.

Tout ceci concerne ce que l'on pourrait appeler la publicité intérieure. Reste la publicité extérieure. Elle est certainement plus importante et plus productrice que l'autre, à condition, bien entendu, de l'employer sagement et opportunément.

En tout cas, elle est absolument nécessaire au détaillant qui veut ne pas végéter, mais vivre et vivre librement, indépendamment, rester lui-même et prospérer. N'oubliez pas qu'il vaut toujours mieux payer une grosse facture de publicité efficace que les frais d'une faillite ou d'une liquidation judiciaire. Il ne suffit pas d'avoir dans votre magasin des vêtements irréprochables, des meubles solides et bon marché, des oeufs arrivés le matin même du poulailler: il faut le dire, il faut le crier très haut de façon que tout le monde l'entende.

Il faut surtout, commerçants détaillants, ne pas vous faire un épouvantail de ce mot publicité, et lorsqu'on le prononce devant vous, ne pas songer immédiatement à des budgets fantastiques dont on vous a dit la légende: on peut faire de la publicité sans dépenser un million par an; il faut savoir proportionner son effort à ses moyens d'action.

Comment se fera donc cette publicité extérieure?

Il y a le prospectus que l'on fait distribuer les jours de marché ou à la sortie des offices. Ce prospectus ne doit pas être établi au hasard; les termes doivent en être soigneusement pesés. La disposition doit être rendue aussi frappante que possible. N'oubliez pas que votre prospectus doit être lu rapidement: donc, pas trop de texte: dites vite ce que vous avez à dire, mais, par exemple, dites-le clairement. Surtout, ne faites jamais deux fois de suite le même imprimé; changez chaque fois et la forme et le fond; c'est une chance de plus d'être lu.

Il y a le catalogue: on peut en réduire le format à volonté, de façon à ne s'imposer que les dépenses compatibles avec ses ressources. Même observation pour l'établissement: toujours un cachet d'originalité et de nouveauté. Changez à chaque nouveau tirage. La distribution se fera soit par poste, soit de maison en maison par des personnes sûres et surtout surveillées.

Il y a aussi les affiches. Un petit affichage localisé ne coûte pas fort cher et, bien compris, il donne des résultats. L'établissement d'une affiche est déjà une tâche un peu com-

pliquée et il est prudent d'avoir recours à un homme du métier, non pas un imprimeur qui ne voit que le point de vue typographique, mais un agent de publicité qui, en outre des connaissances nécessaires en typologie, possède celles qui permettent de rendre un texte effectif, frappant, et, par conséquent, de faire une affiche qui "paye," c'est-à-dire qui fait vendre.

Suivant le genre de commerce, il y aura peut-être la brochure, courte, claire, jolie, intéressante, bien rédigée — et cela ne veut pas dire seulement écrite en bon français — qui, en quelques pages, exposera au destinataire tous les arguments que le commerçant lui fournirait s'il tenait son client dans un coin de son magasin.

Enfin il y a — nous l'avons gardée pour la bonne bouche — la publicité par la presse, dans le journal ou les journaux locaux, dans les organes qui circulent et se lisent dans la région.

C'est malheureusement le mode de publicité auquel les commerçants détaillants sont le plus réfractaires, et c'est cependant celui qui, s'il est bien dirigé, rend le plus de services. Il n'est pas très coûteux, mais il nécessite évidemment quelques connaissances que tout le monde n'a pas; seulement ceci ne peut arrêter celui qui veut agir, étant donné qu'il a à sa disposition, et gratuitement, la science des agents de publicité, experts en la matière.

• • •

Voilà les divers moyens que le commerce de détail a pour se défendre vigoureusement et victorieusement. Mais il lui faut tenir compte, en les employant, de deux conditions essentielles. D'abord, il doit toujours se rappeler qu'il ne peut exister et prospérer qu'à la condition de s'originaliser. La spécialisation sera toujours ce qui sauvera le commerce de détail. Contre cet argument le grand magasin ne peut rien opposer: c'est le défaut de la cuirasse. Le grand magasin généralise, le petit spécialiste et personnalise.

Donc spécialisez toujours. Il y a une classe de... mettons commerçants qui ont bien compris cet axiome. Quand un médecin vient s'installer dans une localité où l'ont devancé de nombreux confrères, que fait-il pour se faire une clientèle? Il se spécialise: spécialiste accoucheur, spécialiste des maladies de la gorge, etc. C'est un procédé qui réussit toujours.

Maintenant le commerçant de détail doit se rapprocher le plus possible de ses clients, vivre de leur vie, se mêler autant qu'il le peut à toutes les manifestations de leur vie familiale et coutumière. Il doit surveiller toutes les occasions de rappeler à ses concitoyens qu'il existe. Une grande fête survient-elle? Notre commerçant en profitera pour faire remarquer que chez lui on trouvera tel article très utile pour cette fête.

De même il doit amener ceux qui l'entourent à s'intéresser à sa propre vie commerciale en signalant de temps à autre, par tous les moyens possibles, tous les faits susceptibles de les intéresser qui se produisent chez lui. L'épicier qui aura reçu le matin des oeufs frais, annoncera immédiatement: "J'ai reçu ce matin des oeufs à la coque de la ferme de... 3c pièce, fraîcheur et goût exquis garantis." La modiste, qui vient de recevoir les nouveaux modèles de la saison, s'empressera de le dire à tout le monde: "Mme X... a reçu ce matin de Paris les nouveaux modèles pour la saison d'été de... Ces modèles sont exposés dans ses magasins. Entrée libre de telle heure à telle heure." Et il en sera de même pour tous les commerces. Nous pourrions multiplier ces exemples à l'infini.

En somme, les commerçants détaillants ont devant eux un vaste champ qui s'offre à leur activité; seulement, voilà, s'ils ne se décident pas à le défricher, d'autres s'en chargeront pour eux, et après il sera trop tard pour réagir; assis sur le bord du champ dédaigné, ils auront la ressource de contempler les heureux pionniers qui feront la récolte pour eux.

L'ASSOCIATION DES MANUFACTURIERS DE QUINCAILLERIE TIENDRA SON EXPOSITION ANNUELLE DE FERRONNERIE ET DE QUINCAILLERIE A HAMILTON

Du 17 au 21 février 1913.

Récemment, le comité exécutif de l'Ontario Retail Hardware and Stove Dealers' Association prenait rendez-vous à Hamilton avec les directeurs de la Canadian Hardware Manufacturers' Exhibition Association pour tracer les grandes lignes de la huitième convention annuelle et de l'exposition devant avoir lieu à Hamilton du 17 au 21 février 1913.

Le président Madole, D. A. Macnab, F. W. Otton, John Caslor et le secrétaire Wrigley représentent les détaillants et ils se mirent en rapport avec les manufacturiers qui étaient représentés par le président A. V. Barnes, Gillette Safety Razor Company, Montréal, M. R. Griffiths, Canadian H. W. Johns, Manville Co., Toronto, Charles R. Stewart, James Stewart Mfg. Co., Woodstock, Adam Taylor, Taylor-Forbes Co., Guelph, F. W. Menour, Ontario Lantern and Lamp Co., Hamilton, F. A. Hossack, Fiskin Rule Co., Windsor, et E. M. Tobin, Tobin Arms Manufacturing Co., Woodstock. M. A. M. Hunt, secrétaire de l'Association de l'Extrême Ouest, London, était également présent, ayant été choisi pour agir comme gerant de l'Exposition, ses preuves de capacité n'étant plus à faire, puisqu'il les avait données lors de la convention de l'Association des détaillants tenue à London en 1910.

Parmi les décisions prises, il faut mentionner celle ayant trait à l'invitation à la convention de M. Abbott, président de la National Retail Hardware Association of the United States dans le but d'apprendre le travail entrepris par les associations des Etats Unis pour combattre le développement de la concurrence du commerce par poste.

Une situation critique est créée aux Etats Unis par le fait de quelques manufacturiers d'articles de quincaillerie vendant à des maisons se faisant la spécialité de la vente par poste à des prix plus bas que ceux auxquels les détaillants peuvent acheter, et il est à souhaiter que les quincailliers profitent de cette occasion pour élargir de première main tous les renseignements concernant les problèmes rencontrés par le commerce de quincaillerie.

A la réunion ci-dessus rappelée, les détaillants décidèrent aussi d'inviter les membres de la Canadian Wholesale Hardware Association à envoyer des représentants à une conférence spéciale qui se tiendrait le 20 février et à laquelle assisteraient également les représentants des manufacturiers de quincaillerie avec pour objet la discussion des mesures à prendre pour l'amélioration des conditions du marché de la quincaillerie au Canada et pour créer une opposition puissante aux législations contraires à l'intérêt du commerce de quincaillerie ou tous autres faits de nature à porter préjudice au dit commerce, les intérêts des marchands de gros et des manufacturiers et ont très étroitement avec ceux des détaillants.

Pour engager les détaillants de quincaillerie à faire le déplacement et à assister à la fois à l'exposition et à la convention qui se tiendront à Hamilton, il fut décidé qu'au lieu et place de l'insignifiant souvenir distribué précédemment, il serait fait don par chaque manufacturier de quelque article manufacturé par lui, ces articles devant constituer les lots d'un tirage qui sera fait au cours de la convention et auquel prendront part tous ceux qui posséderont un coupon de présence.

A une réunion subséquente tenue sous la présidence de M. Madole et à laquelle assistèrent détaillants et manufacturiers, un emblème préparé par l'Association des manufacturiers fut soumis aux détaillants qui l'acceptèrent immédiatement.

Cet emblème consiste en un ruban retenant une carte en miniature du Canada et le nom de l'association des manufacturiers; à ceci est adjoint un petit écusson contenant le nom de l'association des détaillants avec la date et la place de la convention et de l'exposition. Des rubans y attachés indiquent suivant leur couleur que le porteur est, soit manufacturier, soit détaillant, soit invité, le nom du porteur étant imprimé sur le ruban. L'emblème est préparé de telle sorte qu'il peut être employé en changeant simplement l'écusson, dans n'importe quelle autre province où une convention est tenue de pair avec une exposition.

Le comité d'invitation des manufacturiers annonça qu'il aimerait à réunir les détaillants le lundi, 17 février, en un "at home" à l'Hotel Royal pour souhaits de bienvenue et qu'il désirait offrir le jeudi 20 un banquet monstre dans la salle d'honneur de l'Hotel Royal, réunissant dans ces joyeuses agapes, manufacturiers, marchands de gros et détaillants.

Les plans pour l'exposition de quincaillerie de 1913 sont déjà très avancés; le 13ème Régiment Armouries a été divisé en 102 baraquements d'une grandeur moyenne de 8 x 10. Tous ces emplacements ont été enlevés d'assaut, c'est dire tout le succès qu'on peut attendre de cette manifestation.

Le programme des réunions peut se lire comme suit:

Tous les exposants devront avoir leur stand prêt pour le lundi, 17 février, à midi, et le hall de l'exposition sera ouvert lundi après-midi et le soir.

Lundi, 9 h. soir, réception intime des détaillants et manufacturiers au Royal Hotel.

Mardi, 9 h. matin. — Convention, cérémonies d'usage, adresse de bienvenue, etc.

10 h. matin. — La convention des détaillants entre en session exécutive.

10.30 h. matin. — Assemblée de l'Association des manufacturiers.

2 h. après-midi. — Réunion conjointe des deux associations.

3.30 h. après-midi. — Exposition ouverte aux détaillants.

7.30 h. du soir. — Exposition ouverte au public.

Mercredi, 9 h. matin. — Réunion des comités.

9.30 h. matin. — Exposition ouverte aux détaillants.

2 h. après-midi. — Exposition ouverte aux détaillants.

7.30 h. du soir. — Convention des détaillants.

7.30 h. du soir. — Exposition ouverte au public.

Jendredi, 9 h. matin. — Convention des détaillants, élection des officiers, etc.

10 h. matin. — Exposition ouverte au public.

2 h. après-midi. — Exposition ouverte aux détaillants.

4 h. après-midi. — Conférence conjointe des détaillants marchands de gros et manufacturiers.

7.30 h. soir. — Exposition ouverte au public.

7.30 h. soir. — Banquet offert par les manufacturiers aux détaillants et aux marchands de gros.

Vendredi, 9 h. matin. — Réunion du comité exécutif des détaillants.

9 h. matin. — Hall de l'exposition ouvert aux détaillants.

Midi. — Ajournement.

Dans la journée de vendredi, il sera pris également considération d'une proposition d'excursion aux Chutes du Niagara pour permettre aux visiteurs de l'exposition de profiter de l'occasion de jouir du spectacle grandiose du pont de glace sous les chutes et ce à des prix réduits.

Tous ceux qui ont à la mémoire le succès remporté l'an dernier par l'exposition de ferronnerie tenue à Montréal ne

peuvent douter un instant du beau succès que remportera celle de cette année, qui sera tenue à Hamilton et nous sommes persuadés que tous les détaillants de quincaillerie qui se verront dans la possibilité de faire ce déplacement n'hésiteront pas à assister à cette manifestation de notre développement industriel et ils peuvent être certains que cette visite leur sera d'une grande utilité et leur apportera tout un contingent d'enseignements qui les aidera dans la conduite de leur commerce.

Nous aurons d'ailleurs l'occasion de revenir sur ce sujet d'ici le 17 février et ce nous sera un plaisir en même temps qu'un devoir d'en entretenir nos lecteurs.

LE 3 JANVIER 1913 LES NOUVEAUX COMMISSAIRES DU PORT VISITENT LE PORT DE MONTREAL.

Faire l'inspection du port de Montréal, à bord d'un remorqueur à cette période de l'année, est un fait peu ordinaire dans les annales maritimes. Le 3 janvier courant, malgré une température des plus maussades, les nouveaux commissaires du port, accompagnés des représentants de la Shipping Federation, du Board of Trade et de la Chambre de Commerce se sont embarqués à bord du "Sir Hugh Allan" vers onze heures pour prouver au monde maritime que la navigation en hiver dans le port de Montréal n'était pas chose impossible.

Malgré l'inclémence de la température, le "Sir Hugh Allan" tout pavaisé quitta le quai Victoria, ayant à bord les principales personnalités du monde maritime et des Chambres d'affaires de Montréal. Avaient répondu à l'invitation des trois nouveaux commissaires: Ross, président, A.-E. Labelle et Farquhar Robertson: — MM. C.-C. Ballantyne et L.-E. Geoffrion, anciens commissaires, G.-W. Reford, président du Board of Trade, James Thom, gérant de la Dominion White Star, Henri Duverger, Stephen Haas, de Toronto, capitaine Reid, G.-W. Campbell, R.-A. Wiillard, agent maritime du district de Montréal, major A.-H. Seven, Arthur Lemon et M. Boivin, secrétaire conjoints de la Chambre de Commerce, R.-S. White, percepteur des douanes de Montréal, capitaine Demers, maître du port, capitaine Bourassa, député-maire du port, David Seath, secrétaire de la Commission du Port, M.-P. Fennell, assistant secrétaire, A.-R. Tibot, N. Vaughan, L.-J.-A. Surveyer, Georges Gauthier, etc., etc.

Le maire Lavallée, comme premier magistrat de la métropole du Canada, a voulu prouver par sa présence, l'importance qu'on attachait au port de Montréal. Son arrivée à bord a été saluée par les applaudissements de tous les invités.

Après avoir fait visiter la cale-sèche à leurs hôtes, les Commissaires firent servir un magnifique lunch durant lequel plusieurs discours furent prononcés.

ACCUSES DE RECEPTION.

Nous avons reçu les envois de calendriers des maisons suivantes auxquelles nous adressons nos remerciements empreints:

Les Prévoyants du Canada — Assurance: Fonds de Pension, Québec.

Ludger Gravel — Fournitures pour voitures et forgerons, coffre-forts, articles de ferronnerie, etc., etc., Montréal.

L'Agence Canadienne de Publicité, Limitée, Edifice C. P. R. Telegraph, 4 rue Hôpital, Montréal.

B.-W. Ziemann, tailleur et drapier, Preston, Ont.

L'Assurance Mont-Royal, Mme A. Saucier, agent, 86 rue St-Denis, Montréal.

RECETTES

Voici un procédé curieux qui permet pratiquement de reconnaître la nature d'un courant électrique; la chose peut être intéressante dans la vie de tous les jours, on peut avoir besoin de savoir si l'on se trouve en présence d'un courant alternatif ou d'un courant continu, et, en tout cas, ce moyen constitue par lui-même une petite expérience qui étonnera bien des gens. Pour reconnaître la nature du courant qui alimente, par exemple, une lampe à incandescence, il suffit d'en approcher un aimant: un petit aimant de la grosseur de ceux qu'on peut mettre dans la poche ou qu'on emploie pour les baromètres à minimum et maximum, fera très bien l'affaire. Si le courant alimentant la lampe est continu, on verra le filament de celle-ci s'infléchir chaque fois qu'on approchera l'aimant; si, au contraire, le courant est alternatif, le filament se mettra à vibrer, si bien que l'oeil aura l'illusion d'un filament d'épaisseur variable et beaucoup plus large qu'en réalité. Le phénomène est curieux et peut être d'une utilité pratique.

* * *

Donnons, d'après un de nos confrères de la presse spéciale, la composition d'une sorte d'encre à marquer la grosse toile, de sacs, de tentes, etc. On fait fondre sur un feu doux et dans un récipient en terre 150 grammes de gomme arabique. Quand elle est fondue, on y ajoute 105 grammes de glycérine et 25 grammes de sirop de sucre. Il faut bien remuer, bien mélanger, et filtrer au besoin à travers un linge fin. Pour donner la coloration, on y ajoutera un peu d'une couleur quelconque d'aniline, bleu, vert, rouge, jaune, etc., qu'on fait dissoudre dans l'alcool, la quantité de couleur devant être de 15 grammes pour 100 grammes du mélange.

* * *

Le vinaigre, comme la plupart des autres produits alimentaires ou non, est souvent falsifié; assez fréquemment on l'additionne d'acide sulfurique, qui est naturellement fort malsain pour l'estomac. Si vous voulez vous assurer que le vinaigre que vous consommez n'est pas falsifié dans ces conditions, versez-en quelques cuillerées dans une assiette en porcelaine; puis vous mettez à tremper dans ce vinaigre quelques bandelettes coupées dans du papier à filtrer blanc, que vous vous procurerez chez un marchand de produits chimiques. Posez ensuite l'assiette sur un poêle ou un radiateur de calorifère, et laissez l'évaporation se produire. Si le vinaigre contenait de l'acide sulfurique, le papier noircira et se charbonnera. Si au contraire le papier reste blanc, votre vinaigre n'était pas falsifié comme vous le craigniez.

* * *

Voici quelques indications très intéressantes pour le bon entretien du marbre et en particulier des statues exposées à l'air. Pour nettoyer ces marbres sculptés, on commence d'abord par les frotter à l'aide d'une brosse assez dure, trempée dans une solution faite de 5 grammes d'acide sulfurique dans un litre d'eau; on lave à grande eau et on laisse ensuite sécher. On recouvrira ultérieurement le marbre d'une sorte d'encaustique formée de 100 grammes de cire vierge dans 50 grammes d'huile d'oeillette ou de pavot. Cette solution est étendue à chaud, et empêche les végétations parasites et les mousses de pousser sur le marbre. Si par hasard les marbres ne sont pas neufs, et s'il s'y est produit des fentes et des trous, on essaiera de combler ces fentes et ces trous, de réparer le marbre en faisant tomber aux endroits voulus de la gomme-laque en fusion, qui, bien entendu, devra être de la couleur du marbre que l'on veut réparer. A l'aide d'un couteau, on enlève l'excédent de gomme-laque. C'est après cette réparation que l'on passera l'encaustique dont nous parlions tout à l'heure.

NOTES ÉCONOMIQUES

LES CONDITIONS ACTUELLES DE L'EXISTENCE.

M. Alfred Neymarck a fait à la "Société industrielle de Mulhouse" une intéressante conférence sur le développement économique, commercial, industriel et financier depuis un siècle, c'est à dire depuis que la vapeur et l'électricité ont si profondément modifié les conditions générales de l'existence.

La vapeur a été le premier élément de cette transformation.

Les premiers chemins de fer datent de 1825. En 1840, l'Europe et l'Amérique réunies n'ont encore que 7,679 kilomètres de voies ferrées en exploitation. A la fin de 1910, le réseau ferroviaire du monde atteint le chiffre de 1,030,914 kilomètres et n'a pas coûté, en chiffres ronds, moins de 57 milliards de dollars. La navigation à vapeur a suivi, de son côté, une progression analogue.

Le commerce mondial qui n'était encore, en 1867-68, que de 11 milliards de dollars, est allé depuis lors sans cesse en se développant, il atteignit 14 milliards en 1876 et 18½ milliards en 1889, il est aujourd'hui d'environ 26 milliards.

L'électricité est venue ensuite accentuer le mouvement:

La télégraphie publique ne date, en somme, que de 1850, et on peut dire qu'elle a fait en soixante ans des pas de géant. A l'origine, un telegramme de Paris à Marseille coûtait au minimum \$280, il coûte aujourd'hui 10c. En 1869, le réseau télégraphique français expédiait environ 4 millions et demi de dépêches par an, il en a expédié 56 millions en 1909, dernier chiffre rapporté.

Au développement du commerce international a naturellement correspondu un développement correspondant de la production industrielle. L'augmentation de la production d'or n'a pas suffi à monnayer la richesse ainsi acquise.

Il a donc dû se créer des instruments d'échange nouveaux, qui ont aidé pour leur part aux progrès des trafics et à la diffusion des richesses. Sans parler des capitaux formidables qui se brassent dans les chambres de compensation, et dont le total en 1910 a atteint le chiffre invraisemblable de 38 milliards, il est une forme relativement récente de richesse autour de quoi sont venues de préférence se cristalliser les épargnes et qui a pris un essor prodigieux, c'est la richesse mobilière. Rentes, fonds d'État, actions, obligations, ces petits morceaux de papier coloré dont les Bourses des deux hémisphères entendent chaque jour les fluctuations, tiennent désormais dans notre vie une place capitale. Il y a cent ans, on cotait à la Bourse de Paris une quinzaine de valeurs tout au plus, on y cote aujourd'hui officiellement 1,322 valeurs, sans compter les titres négociés au marché libre.

M. Alfred Neymarck évalue à 120 milliards de dollars environ la fortune mobilière appartenant actuellement en propre aux nationaux des divers pays.

LE CHEMIN DE FER SIBÉRIEN.

Pendant l'année 1911, le chemin de fer sibérien a transporté 3,600,000 voyageurs; 8 millions 704,000 pouds de bagages et de marchandises en grande vitesse; 227,132,000 pouds de marchandises pour le compte du ministère de la Guerre, ainsi que de marchandises en petite vitesse, et enfin 60,507,000 pouds de marchandises destinées à l'entretien du chemin de fer.

L'augmentation sur l'année précédente est la suivante: 224,000 voyageurs; 79,451,000 pouds de marchandises.

Les recettes pour l'année 1911 ont été de: 7,972,266 roubles pour le transport des voyageurs; 28,554,785 roubles pour le transport des marchandises; 1,166,960 roubles pour les chargement, déchargement et garde de bagages; 8 millions

280,439 roubles pour les transports relatifs au service et 1,121,554 roubles provenant de recettes diverses.

Au total, les recettes ont atteint la somme de 46,284,439 roubles, ce qui donne 14,716 roubles 83 copeks par verste contre 12,696 roubles 73 copeks en 1910.

Pendant l'année écoulée, les recettes ont dépassé les dépenses de 6,817,025 roubles, somme représentant les bénéfices de l'exploitation du chemin de fer sibérien pendant l'année 1911.

UN CARTEL DU BOIS EN HONGRIE.

Dans l'espoir de remédier à la crise traversée par leur industrie, les principaux producteurs de bois en Hongrie ont constitué un cartel qui aura un comptoir de vente commun. Le cartel fixera un minimum au-dessous duquel on ne pourra pas vendre. En outre, le cartel consentira des prêts aux petits producteurs qui ne seraient pas en situation de garder longtemps leur production. Par ces mesures on espère pouvoir éviter une baisse trop forte des prix.

LE MONOPOLE EN AUSTRALIE.

La Chambre des députés australienne a, le 9 décembre, adopté par 41 voix contre 26 un projet de loi autorisant le gouvernement à "nationaliser" toute industrie qui aurait pris le caractère d'un monopole privé.

Voilà où mènent les trusts et les cartels.

LE TROUPEAU BOVIN.

Un journal allemand publie une statistique établissant la répartition des bovins entre les différents pays. Le calcul établit le nombre de têtes par kilomètre carré et par habitant. Il se résume ainsi:

	Nombre de têtes de bovins		
	Absolu en millions	Par kilom. carré	Par habitant
Etats-Unis	71.25	9.1	0.94
Russie d'Europe	39.7	7.1	0.29
République Argentine	30.00	10.3	0.76
Allemagne	20.63	38.1	0.32
Autriche-Hongrie	17.67	26.1	0.34
France	13.95	26.0	0.35
Angleterre	11.63	36.0	0.26
Italie	6.21	21.6	0.18
Turquie d'Europe	3.50	20.6	0.56
Suède	2.63	5.9	0.32
Roumanie	2.59	19.8	0.37
Espagne	2.22	4.5	0.11
Bulgarie	2.03	21.1	0.47
Danemark	1.84	47.1	0.71

Dans un mille il y a un kilomètre 600.

LE RÉGIME DU PÉTROLE EN ALLEMAGNE.

On sait qu'il est question d'instituer en Allemagne, pour le pétrole, un régime présentant une certaine analogie avec un monopole de l'État. Ce projet paraît soulever en Allemagne une opposition assez accentuée. La Commission centrale du Congrès des Chambres de commerce allemandes a voté à l'unanimité une résolution hostile. Cette résolution sera communiquée au Reichstag. On assure qu'au cours des débats qui ont précédé le vote de cette résolution, tous les orateurs se sont prononcés dans le même sens, c'est-à-dire contre le projet.

LA PARFUMERIE MODERNE

Les graminées aromatiques — L'huile de citronnelle.

Parmi les plantes aromatiques très nombreuses, actuellement utilisées pour l'extraction des huiles essentielles, il est un assez grand nombre de graminées intéressantes pour la parfumerie. Le fait est très généralement ignoré du public et nous devons bien reconnaître qu'elles sont encore mal connues des spécialistes. Mises en oeuvre à peu près uniquement par les indigènes des pays exotiques où on les rencontre, il en résulte une certaine confusion dans l'origine botanique, confusion que complique encore singulièrement la co-existence d'une foule de variétés et sous-variétés d'un même genre, présentant entre elles des différences de détail qu'est venue aggraver la culture. Une même plante présente, en effet, des différences morphologiques assez grandes, suivant qu'elle a cru spontanément, sous la seule dépendance du milieu, ou, au contraire, que l'intervention de l'homme s'est fait sentir par des façons culturales et des fumures plus ou moins rationnelles, extrêmement variables dans leurs effets. Aussi, suivant les auteurs qui ont eu à s'occuper de la question, telle huile est indiquée comme provenant de plantes classées dans des genres différents. C'est le cas, notamment de la "citronnelle". Pour les uns, c'est un "andropogon"; pour les autres un "cymbopogon". Il est vraisemblable d'admettre que ces deux genres sont très voisins, mais leur étude botanique étant encore fort imparfaite, il reste malaisé d'affecter une origine précise à chacune des diverses huiles aromatiques issues de graminées. Avec le genre *Vetiveria*, qui a déjà fait l'objet d'une étude dans ces colonnes, il semble bien que les deux genres précédents englobent la majeure partie des graminées intéressant le parfumeur.

Sous le bénéfice des réserves qui précèdent, nous pouvons aborder l'étude de l'"huile de citronnelle", "citronella oil" des Anglais. La citronnelle est une plante herbacée dont l'aire géographique, extrêmement vaste, comprend Ceylan, Java, Hong-Kong, Singapour, la Jamaïque, les Antilles, la Guadeloupe, les Comores, Madagascar, le Brésil, le versant Pacifique du Mexique, certaines régions de l'Afrique orientale, la Côte-d'Or, etc. Ceylan et Java sont les deux seuls centres producteurs dignes de retenir l'attention. D'après les plus récents travaux publiés par le "Bulletin de l'Institut Impérial de Londres," l'huile de citronnelle présenterait des qualités très différentes suivant qu'on a affaire à l'une des trois variétés productrices Maba-pengiri, Lena-batu et Mana, au moins en ce qui concerne l'huile de Ceylan. La dernière croît uniquement à l'état spontané, tandis que les deux autres sont l'objet de cultures régulières. On incline aujourd'hui à penser que Lena-batu et Mana seraient une même et seule plante, le *Cymbopogon Nardus*, dont la première représente la forme cultivée et l'autre la forme sauvage. Ces deux formes sont nettement départagées par le rendement qui, tant en quantité qu'en qualité, se montre en faveur de la plante cultivée. Aussi, pour le parfumeur, les "Mana", ne présentent-elles aucun intérêt pratique. Encore que bien supérieures, les huiles de "Lena-tabu" ne sauraient prétendre à concurrencer les "Maha-pengiri", tirées du *Cymbopogon Winterianus*, qui ont valu leur renommée aux huiles de citronnelle de Ceylan, de Java et de la Côte d'Or. Par contre, cette variété se montre beaucoup plus exigeante au point de vue de la qualité du sol, de l'humidité, des soins culturaux et des fumures.

En altitude, les citronnelles se répartissent entre 2.000 et 7.000 pieds. La reproduction se fait par semences ou par fragments de collets munis de racines, qu'on sème ou repique, un peu en toutes saisons, mais de préférence quelque temps avant la période des pluies. On débroussaille et trace des

lignes, de façon à laisser entre les touffes l'espace optimum de 3 pieds $\frac{1}{2}$. Très souvent, à Ceylan, les plantations sont beaucoup plus serrées et la végétation s'en ressent fâcheusement. Il est des champs qui présentent jusqu'à 100.000 plantes à l'hectare (2 acres $\frac{1}{2}$) alors que les meilleurs planteurs estiment suffisamment garni un terrain couvert de 30.000 à 40.000 citronnelles à l'hectare. Les circonstances les plus favorables à la végétation sont une forte humidité atmosphérique, mais une faible humidité souterraine. Il faut, par suite, des sols bien perméables, se ressuyant bien, car les racines s'accommodent mal du contact de l'eau stagnante et le drainage s'est imposé en bien des situations, surtout pour le *C. Winterianus*, qui se montre, à beaucoup près, le plus délicat. On se contente, en général, de deux binages annuels pour assurer la destruction des plantes adventives, et, au début de la floraison, on répand un mélange de fumier et de cendres végétales, celles-ci apportant les sels minéraux insuffisamment représentés dans celui-là.

Un an après la plantation, on procède à la récolte qui va en augmentant les trois premières années, pour décroître ensuite assez rapidement. C'est d'ailleurs sur les buissons de trois ans, à l'apogée de leur vigueur, qu'on prélève les rhizomes destinés aux plantations. Le rendement est extrêmement variable d'un point à l'autre, car il est sous la dépendance de nombreux facteurs: terrain, climat local, circonstances atmosphériques de l'année, qualité des rhizomes plantes, façons culturales, engrais, moment de la récolte, etc. Il est incontestable que de grands progrès restent à réaliser par des expériences méthodiques sur cette culture. L'attention des planteurs doit se porter surtout sur la sélection, à peu près inexistante encore, des rhizomes destinés à la reproduction, sur les propriétés physiques du sol, les engrais et le stade de la végétation qui convient le mieux à la récolte. Il importerait aussi de ne pas laisser aussi longtemps le sol occupé par les mêmes plantes, qu'on laisse parfois 20 et 25 ans sans renouveler la plantation, alors que, depuis des années, les rendements ne sont plus économiques. Dans la période active, les rendements moyens, traduits en chiffres sont de 12 à 14 dollars de bénéfice net à l'hectare (2 acres $\frac{1}{2}$). Mais il n'est pas douteux que par des méthodes rationnelles, on parviendrait à augmenter considérablement ces bénéfices.

Les feuilles fraîches sont distillées à la vapeur et Ceylan compte aujourd'hui des centaines d'appareils perfectionnés. On n'y constate pas moins de très grandes différences dans la composition des huiles obtenues et les explications qui précèdent nous en montrent clairement la cause. Il est à présumer que, peu à peu, en dehors de toute autre amélioration agronomique, on abandonnera les "mana" pour se livrer exclusivement à la production de l'essence de "Maha-pengiri". Dans la moyenne, l'huile de Ceylan est un peu inférieure à l'huile de la Jamaïque, laquelle est un peu moins estimée que celle de Java. La Réunion nous offre aussi un champ appréciable pour la culture de ces intéressantes graminées, mais il est encore de grands progrès à réaliser dans cette île, car le rendement y est seulement de 2 livres d'essence pour 1.600 livres de feuilles. Ajoutons, enfin, que les feuilles épuisées constituent un sous-produit qui n'est pas sans valeur puisque, depuis des années déjà, on les utilise à Ceylan comme matière première d'une bonne pâte à papier.

L'huile de citronnelle sert à parfumer les savons et de nombreuses pommades; mais, plus encore, on l'emploie aujourd'hui dans la fabrication du géraniole, par simple traitement au bisulfite de soude, saponification à la potasse alcoolique, puis distillation dans un courant de vapeur d'eau. On en extrait aussi du citral en vue de la fabrication de la violette artificielle. Comme la plupart des essences, l'huile de

citronelle a tenté les fraudeurs qui ne se font aucun scrupule de l'adultérer par des huiles sans valeur, de gurgum, de paraffine ou de pétrole. Ces sophistications, du reste, sont aisément décelables par les chimistes un peu expérimentés.

Ceylan est le principal pays exportateur et il est des années ou la valeur des produits expédiés sur l'Amérique, l'Allemagne, l'Angleterre, l'Australie, etc., ses principaux clients, atteint ou dépasse \$400,000. La chute du géraniol et du géraniol a donné une importance inattendue aux huiles de citronnelles qui, néanmoins, sont encore relativement peu employées.

LE GAZ NATUREL DANS LES ATELIERS DE L'INTERCOLONIAL.

Fournit la chaleur, l'éclairage et la force motrice à une grosse usine du chemin de fer du gouvernement.

Les ateliers de l'Intercolonial sont, à présent, pourvus de tuyaux ou circule le gaz naturel qu'on a placé sur une large échelle pour la production de la force motrice.

Les expériences faites depuis quelque temps ont démontré que le gaz naturel était d'un emploi beaucoup plus économique et d'un usage bien meilleur que celui produit précédemment par l'usine de la compagnie et celle-ci a été fermée, n'ayant plus pour objet que de servir de réserve d'énergie.

Tout l'établissement de l'Intercolonial est actuellement pourvu du gaz naturel, qui est employé sous six grandes bouilloires et dans toutes les forges et machines à gaz, aussi bien que pour les besoins de chauffage et la production de l'électricité tant pour la force que pour l'éclairage.

Le gaz naturel est aussi adopté dans les bureaux, bureaux et dans la gare comme combustible, avec les résultats les plus satisfaisants.

Des expériences concluantes ont été également faites pour l'éclairage des wagons, et maintenant des réseaux de tuyaux approvisionnent l'usine productrice du gaz l'intérieur et les wagons passant par Moncton sont chargés de gaz naturel pour leur éclairage.

LE MICA.

Les Indiens croient, dit un chroniqueur du "Temps," que les cristaux de mica que l'on rencontre dans les roches sont les restes de flammes et d'étincelles enfouies dans la terre et solidifiées depuis les temps les plus reculés. Les minéralogistes, plus précis, mais moins poétiques, nous apprennent que le mica est un silicate d'aluminium mélangé de métaux divers, potassium, magnésium, fer, sodium, baryum et chrome en proportions variables.

L'importance industrielle des composés de nature différente classés sous le nom générique de mica est très grande depuis le développement des applications de l'électricité, car ils possèdent deux propriétés précieuses, ils sont incombustibles et constituent d'excellents isolants électriques. Leur valeur marchande reste assez élevée, tous les efforts tentés pour les reproduire artificiellement ayant déçu ou donné des résultats peu satisfaisants.

Les gisements de mica sont assez répandus, on en trouve au Japon, dans l'Afrique du Sud, à Ceylan, mais les trois grands producteurs sont les Etats-Unis, le Canada et les Indes. Ces trois pays ont produit des quantités de mica représentant une valeur de \$300,000 en 1891, \$1,200,000 en 1898, \$1,860,000 en 1906, \$800,000 en 1910. La production maximum a été atteinte en 1906.

Le mica est une substance extraordinairement stable et qui résiste aux plus hautes températures. On en rencontre des lamelles incluses dans les roches sédimentaires et volcaniques de tous les âges géologiques. Dans certaines régions

de l'Islande, on en trouve des parcelles parfaitement nettes dans les roches du système silurien, qui correspond à l'une des toutes premières époques géologiques. On n'exploite guère que deux variétés de mica: l'une est un mica potassique, peu ou pas coloré, dont les faces de clivage ont un reflet nacré, l'autre est un mica magnésien coloré en brun ou en jaune et très souvent tacheté. La valeur commerciale du produit dépend surtout de la dimension des cristaux, mais ce facteur est moins important depuis que l'on sait agglomérer les parcelles de mica; l'utilisation des déchets des anciennes mines donne parfois des bénéfices supérieurs à ceux que pourrait produire l'exploitation de nouveaux filons.

Cette exploitation est en effet très difficile; le mica se trouve dans des sortes de poches et parfois un filon s'interrompt brusquement sans que l'on ait aucune indication sur sa continuation; toutes les règles minéralogiques sont ici en défaut. Parfois aussi, au bout de quelques pieds, le caractère du mica change, la taille des cristaux diminue, des inclusions le rendent inutilisable, sa coloration varie brusquement. Enfin, l'exploitation, devant être faite avec beaucoup de soin pour éviter de briser les cristaux, est très lente, les trous de mines sont petits et peu profonds et la charge d'explosif est aussi faible que possible.

Quant à la fabrication des lames de mica, elle se fait à la main, le travail mécanique causant des déchets abondants et ne permettant pas de tirer de chaque cristal le meilleur parti possible.

COMPAGNIES INCORPOREES.

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

"La Compagnie Théâtrale de Trois-Rivières, Limitée," pour exploiter un théâtre. Capital-actions, \$49,500, à Trois-Rivières.

"La Compagnie Immobilière Montmartre, Limitée," pour faire le commerce des immeubles sous toutes ses formes. Capital-actions, \$45,000, à Montréal.

"La Compagnie Electrique de Louiseville, Limitée," pour faire affaires comme electriciens, ingénieurs-mécaniciens et manufacturiers. Capital-actions, \$49,000, à Louiseville.

NOUVELLES CHARTES.

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

"National Optical Company, Limited," pour fabriquer, acheter et vendre tous articles d'optique et de bijouterie. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.

"Canada Lumber Sales Company, Limited," pour faire le commerce de bois et d'articles de bois manufacturés, etc. Capital-actions, \$60,000, à Montréal.

"Inventive Wheel Co. of Canada, Limited," pour fabriquer, acheter, vendre ou louer toutes sortes de roues, etc. Capital-actions, \$50,000, à Farnham, P.Q.

"Canadian Watson Solar Window Co., Ltd.," pour fabriquer, acheter, vendre, louer, préparer, etc., des châssis de toutes sortes. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.

"Standard Securities, Limited," pour faire les affaires d'agents financiers. Capital-actions, \$1,000,000, à Montréal.

"Montreal Consolidated Real Estate and Investment, Limited," pour faire le commerce des immeubles dans toutes ses branches. Capital-actions, \$100,000, à Montréal.

"The Times Company, Limited," pour faire les affaires d'imprimeurs, éditeurs de journaux et autres publications. Capital-actions, \$100,000, à Montréal.

Epicerie et Provisions

LA SITUATION.

Le marché au sucre a fait ce matin son cadeau au commerce sous forme d'une réduction de 15 cents par 100 livres. On s'attendait généralement à cette baisse qui répond à la situation des marchés primaires.

Les saindoux sont aussi l'objet d'une baisse assez marquée.

Depuis une dizaine de jours, les affaires sont plutôt ternes dans le commerce en gros, du fait que les détaillants ont eu juste le temps de voir à leurs ventes.

Si on ne s'attend pas à des affaires très actives en janvier à cause des inventaires, on croit qu'il surpassera celui de l'an dernier et que 1913 sera meilleure que 1912.

Nous cotons:

SUCRES

Extra granulé, sac les 100 lbs.	4.60
Extra granulé, balle 5 x 20 100 lbs.	4.70
Extra ground, baril les 100 lbs.	5.00
Extra ground, bte 50 lbs. 100 lbs.	5.20
Extra ground, 1/2 bte 25 lbs. 100 lbs.	5.40
No 1 Yellow, baril les 100 lbs.	4.25
No 1 Yellow, sac les 100 lbs.	4.20
Powdered, baril 100 lbs.	4.80
Powdered, bte 50 lbs. les 100 lbs.	5.00
Paris Lumps, 1/2 bte 25 lbs. 100 lbs.	5.05
Crystal Diamond, baril 100 lbs.	5.35
Crystal Diamond, 1/2 bte 50 lbs. les 100 lbs.	5.45
Crystal Diamond, 1/2 bte 25 lbs. les 100 lbs.	5.65
Crystal Diamond, Domino, 20 cartons 5 lbs. les 100 lbs.	0.35
Sucres bruts cristallisés, lb.	0.04 1/2
Sucres bruts non cristallisés, lb.	0.04

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

MELASSES

Bonne demande.			
Barbade, choix, tonne	0.34	0.35	0.37
Barbade, tierce et qrt.	0.37	0.38	0.40
Barbade, demi qrt	0.39	0.40	0.42
Mélasse fancy, tonne	0.39	0.40	0.42
Mélasse fancy, tierce et quart	0.42	0.43	0.45
Mélasse fancy, demi qrt.	0.44	0.45	0.47

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

LARD AMERICAIN

1e qualité, le quart	30.75
2e qualité, le quart	28.50

SAINDOUX

Bonne demande.		La lb.
Saindoux pur, en tinette	0.14 1/2	
Saindoux pur, en seau	3.10	
Saindoux pur, cse de 10 lbs.	0.15 1/2	
Saindoux pur, cse de 5 lbs.	0.15 1/2	
Saindoux pur, cse de 3 lbs.	0.16	

FARINES ET PATES ALIMENTAIRES

TAIRES

Pâtes alimentaires

Bonne demande.	
Nous cotons:	
Arrow root, boîte de 7 lbs.	0.15
Farine Five Roses qrt.	0.00 6.25
Farine Five Roses sac	0.00 3.25
Farine Household qrt.	0.00 6.25
Far. "Regal", sac	0.00 3.20
Far. "Regal", qrt.	0.00 6.70

Farine Household sac	0.00	6.25
Far. straight roller, sac	0.00	2.60
Far. patente hongroise, qrt.	0.00	6.40
Farine à pâtis. Ocean, qrt.	0.00	5.85
Far. d'avoine granulée, sac	0.00	2.80
Far. d'avoine standard, sac	0.00	2.80
Farine d'avoine fine sac	0.00	2.80
Farine d'avoine roulée, brl.	0.00	5.25
Farine d'avoine roulée, sac	0.00	2.50
Farine de sarrasin sac	0.00	3.00
Far. de blé-d'Inde ord., sac	0.00	2.40
Banner, Saxon et Quaker Oats, et Ogilvie, caisse	0.00	4.00
Cream of wheat cse	0.00	5.75
Fécule de maïs, 1e qlté, lb.	0.07 1/2	0.07 1/2
Fécule de maïs, 2e qlté, lb.	0.05 1/2	0.05 1/2
Fécule de pommes de terre, qrts de 1 lb. doz.	0.00	1.35
Vermicelle, macaroni et spaghetti Canadiens.		
Boîtes de 5 lbs. bte	0.00	0.27 1/2
En vrac	0.00	0.05 1/2
Paquets de 1 lb.	0.00	0.07
Nouilles aux oeufs:		
Paquets de 1/2 lb. lb.	0.00	0.07 1/2
Spaghetti, pâtes assorties; alphabets, chiffres, animaux nouilles, coudes, importés en vrac. lb.	0.00	0.07 1/2
En paquets de 1 lb. lb.	0.00	0.08
Tapioca pearl, en sac, la lb.	0.06 1/2	0.07 1/2
Tapioca seed, en sac la lb.	0.00	0.06 1/2
Tapioca flake lb.	0.07	0.08
Sagou lb.	0.05 1/2	0.06

FROMAGES CANADIENS

Demande satisfaisante.	
Les fromages petits et gros se vendent aux épiciers .14 1/2 et .15c la livre.	
Poisson salé.	
Morue salée, No 1	0.14 0.14 1/2

VINAIGRE

Nous cotons, prix nets:	
Boilman, cruches paillées, 4 gall. imp. cruche	0.00 2.20
Domestique triple, cruches paillées, 4 gal. imp., cruche	0.00 1.20
72 grains le gall.	0.00 0.12
88 grains le gall.	0.00 0.15
118 grains (proof) le gall.	0.00 0.19

THES

Assez bonne demande également répartie sur les thés de toutes provenances.

EPICES PURES, GRAINES ET SEL

Bonne demande courante.	
Nous cotons:	
Allspice, moulu lb.	0.15 0.18
Anis "	0.11 0.12 1/2
Canary Seed "	0.05 0.06
Cannelle, moulu "	0.20 0.24
Cannelle en mattes "	0.18 0.22
Clous de girofle moulus "	0.23 0.28
Chicorée caandienne "	0.12 0.13
Clous de girofle entiers "	0.22 0.30
Colza "	0.06 0.08
Crème de tartre "	0.23 0.24
Gingembre moulu "	0.20 0.30
Gingembre en racine "	0.22 0.25
Graine de lin non moulu. "	0.05 0.06
Graine de lin moulue "	0.08 0.10
Graine de chanvre "	0.05 1/2 0.07
Macis moulu "	0.00 0.90
Mixed spices moulues "	0.18 0.22
Muscade "	0.35 0.50
Muscade moulue "	0.00 0.50
Piments (clus ronds) "	0.07 1/2 0.10

Poivre blanc rond "	0.27 1/2	0.30
Poivre blanc moulu "	0.23	0.27
Poivre noir rond "	0.18	0.20
Poivre noir moulu "	0.16	0.20
Poivre de Cayenne pur "	0.21	0.25
Whole pickle spice "	0.16	0.20
Sel fin en sac		1.30
Sel fin en 1/2 de sac	0.00	0.40
Sel fin, quart, 3 lbs.	2.95	3.05
Sel fin, quart, 5 lbs.	0.00	2.95
Sel fin, quart, 7 lbs.	2.80	2.85
Sel fin, en quart de 280 lbs.		
Ordinary fine	0.00	1.80
Fine	0.00	2.05
Dairy	0.00	2.15
Cheese	0.00	2.45
Gros sel, sac	0.70	0.75

ORGE

Légumes secs.	
Nous cotons:	
Orge mondé (pot), sac	0.00 3.20
Orge mondé (pot), baril	0.00 6.75
Orge mondé (pearl), sac	0.00 4.85

Nous cotons:	
Fèves de Lima de Cal., lb.	0.07 1/2 0.08
Fèves blanches, Can. lb.	0.00 0.05
Fèves jaunes minot	2.00 2.10
Lentilles rouges, par sac lb.	0.06 0.07 1/2
Lentilles, par sac lb.	0.07 1/2 0.09
Pois Verts, No 1 lb.	0.05 0.05 1/2
Pois cassés, le sac	0.04 0.04 1/2
Blé d'Inde à soupe, cassé, le sac	0.00 2.60

RIZ

Bonne demande.	
Nous cotons:	
Riz importés:	
Riz Patna, sacs de 56 lbs., suivant qualité lb.	0.05 1/2 0.05 1/2
Riz Carolina	0.09 0.10
Riz moulu (manque)	
Riz soufflé (puffed) cse de 36 paquets de 2 pintes	0.00 4.25
Riz décortiqués au Canada:	
Les prix ci-dessous s'entendent f.o.b. Montréal.	
Qualité B. sac de 250 lbs.	0.00 3.85
Qualité C. sac de 100 lbs.	0.00 3.75
Sparkle	0.00 5.20
India Bright (sac de 100 lbs.)	0.00 4.00
Lustre	0.00 4.10
Polished Patna	0.00 4.45
Pear Patna	0.00 4.95
Imperial Glacé Patna	0.00 5.35
Crystal Japan	0.00 5.35
Snow Japan	0.00 5.60
Ice Drips Japan	0.00 5.85

FRUITS SECS

Très bonne demande.	
Nous cotons:	
Dattes et figues:	
Dattes en vrac 1 lb.	0.00 0.05 1/2
Dattes en pqts de 1 lb.	0.07 1/2 0.08
Figs sèches en boîtes, 3 couronnes	
lb.	0.09 1/2 0.10 1/2
5 couronnes lb.	0.13 1/2 0.14
7 couronnes lb.	0.11 1/2 0.12
6 couronnes lb.	0.13 0.13 1/2
9 couronnes lb.	0.14 1/2 0.15
16 onces bte	0.11 1/2 0.12 1/2
10 onces bte	0.07 1/2 0.08
Raisins de Corinthe	
Corinthe Filiatras, en vrac	0.06 1/2 0.07 1/2
Corinthe Filiatras en cartons 1 lb.	0.08 0.08 1/2
Raisins de Malaga	
	Lb.

Table listing various goods such as Rideau, Balmoral, Orléans, Raisins Sultana, etc. with prices in bte and lbs.

CONSERVES ALIMENTAIRES

Conserves de Légumes

Table listing food items under 'Conserves de Légumes' such as Asperges, Epinards, Fèves, etc. with prices for No 1 and No 2.

Table listing food items such as Macédoine de légumes, Marinades en scau, etc. with prices.

Conserves de fruits

Table listing food items under 'Conserves de fruits' such as Ananas coupés, Ananas importés, etc. with prices.

Conserves de poissons

Table listing food items under 'Conserves de poissons' such as Harengs marines, Harengs aux Tom., etc. with prices.

Table listing various goods such as Homards, Huitres, Morue No 2, etc. with prices.

HARENGS DU LABRADOR

Table listing items under 'HARENGS DU LABRADOR' such as Quarts, 1/2 quarts, with prices.

FROMAGES IMPORTES

Table listing items under 'FROMAGES IMPORTES' such as Bosne demande, Fromage entier, etc. with prices.

PRODUITS CHIMIQUES ET DROGUES

Table listing items under 'PRODUITS CHIMIQUES ET DROGUES' such as Nous cotons, Acide borique, etc. with prices.

Houblon pressé	lb. (manque)		
Lessive commune	doz.	0.35	
Lessive commune	grosse	3.75	
Paraffine pour cierges	lb.	0.10	0.12
Mâtre à terre, sac 100 lbs.	sac	0.70	
Poudre insecticide	lb.	0.00	0.50
Résine blanche	lb.	0.03½	0.05
Résine G., suiv. quant.	lb.	0.03½	0.05
Salpêtre en cristaux, brls 112 lbs.	lb.	0.04½	0.06
Sel à Médecine		0.01	0.02
Sel d'Epsom sac 224 lbs., lb.		0.01½	0.03
à la pâte, 112 lbs.		0.00	2.00
Sola laver:			
Sacs 224 lbs., 100 lbs.		0.75	0.80
Soude caustique en mor.	lb.	0.00	0.02½
Soufre en bâtons, brls 336 lbs.	lb.	0.01½	0.03
Soufre moulu sacs 112 lb.		1.65	1.70
Tourteaux de lin moulu, sac		2.20	2.30
Vitriol, brls		0.06½	0.07

BOUGIES, CIERGES ET HUILES DE SANCTUAIRE

Nous cotons:

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

PLATS EN BOIS

Nous cotons:

Carrés de ½ lb., crate		0.00	0.37½
Carrés de 1 lb., crate, 500		0.00	0.77½
Carrés de 2 lbs., crate		0.00	0.45
Carrés de 3 lbs., crate		0.00	0.50
Carrés de 5 lbs., crate		0.00	0.65

CUVETTES EN BOIS

Nous cotons:

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

BALAIS

Nous cotons:

Avec manches ordinaires	La doz.		
5 cordes		0.00	3.50
4 cordes		0.00	2.75
3 cordes		0.00	2.50
2 cordes		0.00	2.40
Mêlés de jonc, 4 cordes		0.00	3.10
A longs manches		0.00	2.65
Avec manches bambou:			
4 cordes		4.25	5.50
A long manche		3.00	3.50
D'enfant, 2 cordes		0.00	1.10
D'enfant, 1 corde		0.00	0.85
Manches de faubert (mop), doz.		1.20	
Corde à linge, 50 pds. doz.		0.00	1.50

EPINGLES A LINGE

Épingles ordinaires:			
Boîtes de 2 grosses	la bte	0.90	
Épingles à ressort:			
Boîtes de 1 grosse	la bte	0.50	
Corde à linge, 60 pds. doz.		0.00	1.90
Coton à chandelle	lb.	0.00	0.31
Câble Sisal, 7/16 et plus		0.00	0.09½
Câble Sisal, ½		0.00	0.10½
Câble Sisal, 5/16		0.00	0.10½
Câble Sisal, ¼		0.00	0.10½
Câble Sisal, 3/16		0.00	0.11½
Ficelle de coton, 4 brins		0.26	0.26½
Ficelle de coton, 3 brins		0.23½	0.24
Escompte 5%.			
Ligneul No 8		0.00	0.63
Ligneul No 10		0.00	0.70
Ligneul No 12		0.00	0.75

Ligneul No 15 0.00 0.82
PAPIER D'EMBALLAGE

Le papier manille, 13 x 17, est coté 22c.
 Papier Manille en rouleaux 0.03½
 Papier brun en rouleaux 0.03½

MECHES, BRULEURS ET VERRÉS DE LAMPES

Nous cotons:

Mèches No 2	lb.	0.21	
Mèches No 1	lb.	0.14	
Mèches No 0	lb.	0.11	
Brûleurs No 2	doz.	0.85	
Brûleurs No 1	doz.	0.65	
Brûleurs No 0	doz.	0.65	
Brûleurs, dessus verre (A),	doz.	1.65	
Cheminees (first), No 2	doz.	0.60	
Brûleurs, dessus verre (B),	doz.	1.00	
Cheminees (first), No 1	doz.	0.44	
Cheminees (first), No 0	doz.	0.41	
Cheminees (climax), No 2	doz.	0.62	
Cheminees (climax), No 1	doz.	0.46	

SAVON DE CASTILLE

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

GRAISSE A ROUES

On cote:

Graisse Impérial, en lots de grosse	doz.	0.52½	
Caisse de 4 doz.	doz.	0.55	
Graisse au mica.			
Boîtes de 1 lb. (par 3 doz.),	doz.	0.90	0.95
Boîtes de 3 lbs. (par doz.),	doz.	2.50	

HUILE D'OLIVE

Nous cotons:

Huile Loublon:			
Pintes		0.00	3.00
Chopines		0.00	1.30
½ chopines		0.00	0.65
L'huile d'olive Barton et Guestier est cotée:			
Qrts		7.75	8.00
Pts		4.37½	4.50
½ pts		2.45	2.50

HUILE DE CASTOR

Nous cotons :

Bouteilles de 1 oz.	Grosse.	Doz.	
Bouteilles de 2 oz.	\$3.00	\$0.35	
Bouteilles de 3 oz.	5.00	0.45	
Bouteilles de 4 oz.	6.00	0.55	
Bouteilles de 5 oz.	7.25	0.65	

HUILE DE FOIE DE MORUE

Nous cotons: \$1.10 à \$1.25.
 Bouteilles carrées de 16 onces, \$3.75 la douzaine; chopines, \$2.40 la douzaine; ½ chopines, \$1.75 la douzaine.

HUILE DE COTON

Nous cotons:

Au baril	0.90	1.00
----------	------	------

HUILE DE RICIN PHARMACEUTIQUE

Nous cotons au quart, par livre, 9c le gallon. \$1.20; en estagnon, par livre, 9c à 10c.

VASELINE

Nous cotons:

"Bleu Seal"			
Blanche No 1	grosse	10.00	
Blanche No 2	"	19.20	
Jaune No 1	"	6.77	
Jaune No 2	"	14.40	

2e qualité No 1	"	4.68	
2e qualité No 2	"	7.50	
Jaune No 1	doz.	0.60	
Jaune No 2	doz.	1.-5	
Escompte 5% sur les prix cotés à la grosse et net sur les prix à la doz.			

HUILE DE PETROLE

Nous cotons:

Pratt's Astral Oil	gal.	0.20	
Standard Acme	le gal.	0.16½	
Pétrole canadien	le gal.	0.16	

GRAINS ET FARINES

Marché de Chicago

Nous cotons:

Blé—			
Mai	92½	91½	91¼-7½
Juillet	89½	89½	89½
Sept.	89	88½	88½
Mais—			
Mai	50½	49½	49½-¾
Juillet	51½	50½	50½-¾
Sept.	52½	51½	51½-¾
Avoine—			
Mai	33½	33½	33½
Juillet	33½	33½	33½
Sept.	33½	32½	33½

Marché de Montréal

Grains

Le marché local des grains est terne, surtout celui de l'avoine, et à moins que les acheteurs n'écoulent leurs stocks, en mains, on ne prévoit pas d'amélioration.

Le marché d'exportation est fort et a avancé de 1½ à 3 d. par quarter, nonobstant l'excellente température dont jouit l'Argentine, les forts arrivages dans les ports et la perspective de nouveaux arrivages dans un avenir prochain.

Nous cotons:

Avoine No 1 Ext. Feed	0.42	0.42½
Avoine C.W. No 2	0.42½	0.43
Avoine C.W. No 3	0.41½	0.42
Avoine Qué. et Ont. No 2	0.44	0.45
Avoine Qué. et Ont. No 3	0.42	0.43
Avoine Qué. et Ont. No 4	manque	
Sarrasin (48 lbs.)	0.55	0.56
Blé-d'Inde séché au four	manque	
Blé-d'Inde jaune No 3	0.59	0.60

(Blé-d'Inde nouveau.)

Orge moulée manque

Marché de Montréal

Farines

Le marché est ferme par sympathie pour la fermeté du blé. Les prix sont sans changement. Le stock d'hiver sur place est peu considérable, mais il y a une demande constante.

Nous cotons:

Patentes du printemps:

Royal Household	2 sacs	5.80
Five Roses	2 sacs	5.80
Glenora	2 sacs	5.30
Harvest Queen	2 sacs	5.30
Fortes à Boulanger:		
Bakers Special	2 sacs	5.10
Manitoba S. B.	2 sacs	4.70
Keetoba	2 sacs	5.10
Montcalm	2 sacs	5.10
Patentes d'Hiver:		
Straight rollers	2 sacs	5.00
Hurona (à pâtisserie)	2 sacs	5.80
A do	2 sacs	5.30
Farine de blé-d'Inde blanc pour boulangers, 2 sacs		5.00
Farine de blé-d'Inde pour engrais, 2 sacs		4.50

Farine d'avoine:

Avoine roulée, sac de 90 lbs	2.32
Avoine roulée, baril	4.90

Issues de blé:

Son Man., au char, tonne	23
Gru Man., au char, tonne	27
Middlings d'Ontario, au char, tonne	27.00 28.00
Moulée pure, au char	32.00 34.00
Moulée mélangée, au char	30.00 31.00

FOIN PRESSE ET FOURRAGE

Marché de Montréal

Nous cotons comme suit, au char:

Foin pressé No 1	14.00	15.00
Foin pressé No 2 extra	13.00	14.00
Foin pressé No 2 bon	11.00	12.00
Foin pressé No 3	10.00	11.00
Foin mélangé de trèfle	10.00	11.00

Marché anglais

BEURRE

MM. Sparrow & Mills nous écrivent de Londres à la date du 20 décembre 1912:

Le commerce a été plutôt calme cette semaine, du fait qu'une partie des commerçants ont déjà fait leurs provisions. La température a été douce et il a plu.

Danois. — Le prix n'est pas changé et le marché est ferme pour les articles prêts pour la livraison. Les acheteurs ne veulent pas consentir les prix demandés pour les beurres à venir car ils craignent de perdre de l'argent.

Sibérien. — Il y a juste quelques centaines de caisses disponibles cette semaine et les acheteurs sont assez nombreux. La qualité est bonne et la couleur pâle convient à certains districts.

Français. — Le marché est un peu plus facile quoique officiellement inchangé. La qualité du beurre, toutefois, n'est pas aussi bonne qu'en ces dernières semaines.

Australien. — Quoique la demande n'ait pas été aussi forte que la semaine dernière, elle a été suffisante pour absorber les 22,000 boîtes arrivées par le steamer "Suevic". Les acheteurs n'étaient pas aussi nombreux que la semaine dernière. Les prix de la semaine ont baissé de environ 2/0 par quintal.

Néo-Zélandais. — Le steamer "Arawa" a presque terminé son déchargement et le beurre est assez bien absorbé quoique l'augmentation des prix ait quelque peu restreint la demande. Toutefois, on croit que tout le beurre sera vendu avant le prochain arrivage qui n'est attendu que dans deux semaines.

Argentin. — Ce beurre s'est assez bien vendu à une légère réduction du prix de la semaine dernière.

Nous cotons:
Danois, haut choix 130/0 à 132/0
Sibérien, haut

choix	108/0 à 110/0 à 112/0
Sibérien, choix	102/0 à 106/0
Sibérien, à pâte	96/0 à 100/0
Français, haut choix, salé	122/0 à 126/0
Français, haut choix, sans sel	124/0 à 128/0
Victorian, haut choix, salé	116/0 à 118/0
Victorian, choix, salé	112/0 à 114/0
Victorian, haut choix, sans sel	116/0 à 118/0
Victorian, choix, sans sel	112/0 à 114/0
New South Wales, haut choix, salé	114/0 à 116/0
New South Wales, choix, salé	110/0 à 112/0
New South Wales, haut choix, sans sel	114/0 à 116/0
New South Wales, choix, sans sel	110/0 à 112/0
Queensland, haut choix, salé	112/0 à 114/0 à 116/0
Queensland, choix, salé	108/0 à 110/0
Queensland, haut choix, sans sel	114/0 à 116/0
Queensland, choix, sans sel	110/0 à 112/0
Néo-Zélandais, haut choix, salé	122/0 à 124/0
Néo-Zélandais, choix, salé	118/0 à 120/0
Argentin, haut choix, salé	114/0 à 116/0
Argentin, haut choix, sans sel	114/0 à 116/0
Argentin, choix, salé ou sans sel	110/0 à 112/0

Marché de Montréal.

Haut choix, de l'Ouest, courant	11 3/4 à 12
Haut choix, de l'Ouest, octobre	12 1/2 à 12 3/4
Haut choix, de l'Ouest, septembre	13 à 13 1/4

Prix vendants aux épiciers.

Petits fromages, 20 lbs.,	15c
Fromage fort, blanc	18c à 18 1/2c
Fromage de Gruyère,	27c à 28c
Fromage Oka,	23c

Marché anglais

FROMAGE

MM. Sparrow & Mills nous écrivent de Londres à la date du 20 décembre 1912:

Comme c'est l'habitude avant Noël, demande a été quelque peu tranquille, la plupart des acheteurs ayant autres choses à faire que d'acheter du fromage à cette saison. Le marché ne reprendra son activité qu'après les fêtes.

Nous cotons:

Canadien, haut choix, blanc	64/0 à 65/0
Canadien, haut choix, coloré	64/0 à 65/0
Canadien, choix, blanc ou coloré	62/0 à 63/0
Néo-Zélandais, blanc	61/0 à 62/0
Néo-Zélandais, coloré	62/0 à 63/0

OEUFS

Etant donné le temps doux, il est venu des oeufs frais et le prix est baissé à 45c.

Marché de Montréal

Choisies No 1	32c
No 2	28c
Strictement frais	25c
Strictement frais, en boîtes en cartons d'une douzaine, la doz., par caisse de 30 douzaines	45c

Marché de Montréal

BEURRE

Haut choix, de crèmerie, solide	32c
Choix, de crèmerie, blocs d'une livre	32 1/2c
Seconds, de crèmerie, solide	30c
Seconds, de crèmerie, blocs d'une livre	30 1/2c
Beurre de ferme	26c à 28c
Beurre de ferme en rouleaux	27c à 28c

PEAUX VERTES

Très bonne demande.

Boeuf inspecté	15.00
Veau	17.00
Mouton, chaque	1.20

LEGUMES

Céleri, le paquet	0.00	1.00
Betteraves, le sac	0.00	0.90
Carottes, la poche	0.00	0.75
Navets, le sac	0.00	0.75
Oignons Egyptiens, crate	0.00	2.50
Panais la poche	0.00	1.00
Patates, le sac	0.00	0.90
Persil, la doz.	0.25	0.30
Poireaux, la doz.	0.10	0.15
Raifort la lb.	0.40	0.45
Salade de Montréal, doz.	0.00	0.50
Salade de Montréal, pommée doz.	0.00	0.50
Haricots Verts, panier	0.35	0.40
Haricots Jaunes, panier	0.35	0.40
La caisse	0.50	0.75

FRUITS VERTS

Bananes, régime (en crate très rares)	0.00	2.25
Citrons Messine (300c)	0.00	3.00
Mandarines la boîte	0.00	0.00
Oranges Navel	0.00	3.50
Oranges Mexicaines	0.00	2.50
Oranges Valence No 420	0.00	3.50
Oranges Valence No 714	0.00	4.50
Pommes fameuses No 1	0.00	5.00
Pommes fameuses No 2	0.00	3.50
Russett	0.00	3.50
Spy	0.00	4.00
Pewaukee	0.00	3.50

Table Alphabétique des Annonces

Assurance Mont-Royal ... 35	Dom. Cartridge..... 42	Lamarre & Cie, W. 36	Plouffe A. Melle 37
Baker & Co. (Walter)..... 18	Double Claw Hammer Co. 48	Laporte, Martin & Cie, Limitée Couvert	Prêt Immobilier Limitée... 37
Banque de Montréal..... 38	Dougall Varnish Co..... 42	La Prévoyance 35	Prévoyants du Canada, (Les) 36
Banque d'Hochelaga..... 38	Edwardsburg Starch Co.Ltd. 4	La Sauvegarde..... 34	Prevost & Bédard..... 36
Banque Nationale..... 38	Esinhart & Kvans..... 34	Lea & Perrin..... Couvert	Quebec Steamship..... 38
Banque Molson 38	Federal Life Assurance Co. 34	Leslie & Co., A. C. 42	Rolland & Pils, J. B..... 36
Banque Provinciale..... 38	Fels & Co..... 19	Liverpool & London Globe 34	Rowat & Co..... 13
Bélauger & Bélauger..... 37	Fidelity Phoenix Fire Insu- rance Co..... 35	Lloyd Ltd (Edward) 19	Savage (The G. M.)..... 21
Bowser, S. F. & Co..... 7	Fontaine Henri..... 36	Lufkin Rule Co 50	Sherwin Williams..... 42
Brodie & Harvie..... 18	Fortier Joseph..... 36	Marion & Marion..... 36	Shurley & Dietrich..... 49
British Colonial Fire Ass... 35	Gagnon, P.-A..... 36	Martin-Senour..... 44	Snap Co..... 13
Canada Life Assurance Co.. 35	Garand, Terroux & Cie.... 37	Materazzo A. 36	St. Lawrence Flour Mills... 5
Canada Sugar 14	Gendron Mfg. Co..... 42	Mathewson's Sons..... 15	St. Lawrence Sugar Co. ... 15
Canadian Pacific Ry. 46	Genin, Trudeau & Cie.... 12	Mathieu (Cie J. L.)..... 15	Sun Life of Canada..... 35
Canadian Postum Cereal Co. 11	Gillett Co. Ltd., [E. W.] 20	Matthews-Laing Co..... 10	
Canadian Salt Co 13	Gillette Safety Razor Co Couvert	Maxwell & Sons (David) .. 29	
Carreras & Marcianus..... 16	Gonthier & Midgley 36	McArthur, A 41	
Charbonneau Elie..... 18	Grand Trunk Railway.... 10	Metropolitan Life Ins. Co.. 34	
Chauvin, Baker & Walker. 37	Gunn, Langlois & Cie..... 9	McGill Cutlery Co..... 47	
Church & Dwight..... 13	Hampson Robt..... 35	McLaren & Co (D.K.) ... 41	
Cie Can. Prod. Agricoles... 48	Hotel New Victoria..... 36	McLaren Limited, W. D. ... 10	
Cie d'Assurance Mutuelle du Commerce..... 35	Hurteau, Williams & Cie.. 8	Montbriand, L. R..... 36	
Cie. des Moulins du Nord 48	Hutton Jas..... 42	Montreal Dairy Co..... 15	
Clark, Wm. 19	Jonas & Co., Henri Couverture 2	Mooney Biscuit Mfg. Co.. 18	
Chapin Stephens 41	King Frédéric..... 9	Morrow Screw, Ltd., The John 41	
Comptoir Mobilier Fr. Can. 19	Labrecque & Pellerin..... 9	Mott, John P., & Co..... 37	
Connors, Bros. 20	Lacaille, Gendreau & Cie.. 18	National Acme Mfg. Co... 46	
Cottam Bart..... 36		National Cash Register Co. 6	
Couillard Auguste..... 36		Nova Scotia Steel Co 38	
Desmarteau Alex..... 37		O'Shea J. P..... 42	
Devins R. J..... 36		Pink Thos. Ltd..... 42	
Dom. Cannery Co., Ltd.... 3			
			Union Life Ins. Co.,..... 51
			Union Mutual..... 35
			United Shoe Machinery Co. Ltd 17
			Upton & Co. (The T.)..... 18
			Western Ass. Co..... 34
			White Swan Spices & Cereals, Ltd 5
			Wilks & Burnett..... 36
			Young, Bédard & Egletong 48

La Publicité sous toutes ses formes, est le levier des affaires.

Tout commerçant désireux de voir prospérer ses affaires devrait ne pas rester indifférent à cet axiome mais s'efforcer d'étudier les théorèmes qui en découlent.

C'est dans ce but que nous mettons à la disposition de nos lecteurs, différentes brochures relatives à la pratique commerciale et qu'ils pourront se procurer à nos bureaux aux prix suivants :

La Publicité Coloniale	Prix 35c.
La Publicité en Allemagne	Prix 35c.
La Défense des Petits Commerçants par la Publicité	Prix 25c.
La Réclame dans ses Rapports avec les Affaires et le Public	Prix 50c.
Le Carnet d'Un Homme d'Affaires	Prix 15c.
La Vente par Correspondance.	Prix 35c.

“ LE PRIX COURANT,” 80 Rue Saint-Denis, Montréal.

METROPOLITAN

Life Assurance Co'y

:-: of New-York :-:

(Compagnie à Fonds Social)

Actif..... \$352,785,890.36

Polices en vigueur au 31 décembre 1911..... 12,007,138.

En 1911, la compagnie a émis au Canada des polices pour..... 27,139,000

Elle a déposé entre les mains du Gouvernement Canadien exclusivement pour les Canadiens, environ..... 10,000,000.

Il y a plus de 446,000 Canadiens assurés dans la METROPOLITAN.

WESTERN ASSURANCE CO.

INCORPORÉE EN 1861

ACTIF, au-delà de \$3,284,171.93

Bureau Principal: TORONTO, Ont.

Hon. GBO. A. COX, Président.

W. R. BRUCE, Vice-Président.

W. B. MEIKLE, Gérant-Général.

C. C. FOSTER, Secrétaire.

Bureau de Montréal:

61 RUE ST-PIERRE.

ROBT BICKERDIKE, Gérant

LA COMPAGNIE D ASSURANCE "FEDERAL LIFE"

Bureau Principal: HAMILTON, Can.

Capital et Actif \$5,116,968.65
Assurances en force en 1910 23,887,141.41
Surplus 1911 3,701,773.64

Contrats d Assurance les plus désirables

DAVID DEK - ER, Président et Directeur GÉR.
C. L. SWERNKY, Gérant, District de Montréal

Téléphone: Main 553

ESINHART & EVANS

Courtiers d'Assurance

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

Agents principaux pour:

The Scottish Union & National Ins. Co.
d'Edinbourg.German American Insurance Co.
de New-York.Bureau: EDIFICE LAKE of the WOODS
39 rue St-Sacrement,
MONTREAL.**Assurances**LA PUBLICITE EN MATIERE,
D'ASSURANCE

(Suite)

Quand les paiements pour réclamations sont faits promptement, il est utile de le faire savoir non seulement dans l'intérêt de la compagnie, mais aussi pour donner au public une idée de la peine que l'agent s'est donnée pour éviter les délais et prendre en mains les intérêts de ses clients.

Le genre de publicité concernant l'assurance, qui est négligé en raison de faibles sommes attribuées à ce département, est la publicité générale et soutenue qui met en relief les principes sur lesquels l'assurance est basée et renseigne le public sur ses besoins. Peu de personnes méritent qu'une campagne bien et vigoureusement menée serait avantageuse à l'agent d'assurance. Moins il a d'arguments à refuser, plus il lui est facile de mener à bien une affaire.

Tous les agents d'assurance s'accordent à dire qu'ils préfèrent essayer de vendre une police à un homme déjà renseigné (ou prétendu l'être), sur la compagnie qu'ils représentent; ils n'ont pas alors besoin de le convaincre de la solidité de cette compagnie ni des dividendes qu'elle distribue à ses porteurs de police. Ces renseignements ont été répandus par les statistiques publiées par la compagnie comme réclame.

Toutefois, les compagnies d'assurance n'ont pas poussé à fond leur argumentation, car elles ont négligé de préparer le terrain en éduquant le public sur le besoin qu'il y a de l'assurance et sur le genre de police qu'il peut choisir suivant les circonstances.

Le défaut de publicité à ce sujet ne doit pas être attribué à une aptitude des compagnies à comprendre le profit qu'elles en pourraient tirer. Ce défaut de publicité est dû aux faibles sommes d'argent dont les compagnies disposent pour faire de la réclame en leur faveur. Elles sont à peine suffisantes pour subvenir aux frais des annonces locales et à la publication nécessaire des statistiques.

Cette négligence n'est pas excusable, car il ne semble pas que l'on puisse invoquer une raison justifiant toutes les compagnies de ne pas créer un fonds commun pour mener une pareille campagne de publicité éducative. Chaque compagnie n'aurait à verser qu'une somme relativement modique, et cette campagne collective aurait beaucoup plus d'effet sur l'esprit du public que des campagnes individuelles. Cela semble évident, et la difficulté d'organisation ne semble pas insurmontable.

ASSUREZ-VOUS

DANS

LA SAUVEGARDE

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

Siège Social: 7 Place d'Armes

MONTREAL

Bureau au Canada, Bureau Chef à Montréal
DIRECTEURSSir E. S. Clouton, Bart., Président. Sir Alex-
andre Lucast, M. Chevalier, Ecr., William Mol-
ton Macpherson, Ecr., T. J. Drummond, Ecr.J. Gardner Thompson, Gérant.
J. W. Binnie, Assistant Gérant.**Les Prévoyants du Canada**

Assurance Fonds de Pension

CAPITAL AUTORISÉ \$500,000

Achetez des Parts des Prévoyants:

Parce que c'est un placement sans
pareilParce que c'est avec la plus petite
prime, la plus grosse rente;Parce que c'est la seule compagnie
à "Fonds Social" faisant une spécialité
du Fonds de Pension.

Bureau à Montréal:

Chambre 22,
Edifice "La Patrie"

Bureau - Chef,

85, rue Dalhousie,
QUEBEC.

Union Mutual Life Insurance Company, de Portland, MAINE

FRED. E. RICHARDS,
Président.

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

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

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

WALTER I. JOSEPH, Gérant.

151 rue St-Jacques, MONTRÉAL.

Lorsque la récolte est rentrée et que le cultivateur a mis la main sur sa recette de l'année, c'est le moment pour l'agent d'assurance-vie de faire sa tournée à la campagne. Le fermier est toujours un bon sujet en tous temps et, depuis quelques années surtout, ses moyens lui permettent de dépenser davantage pour l'assurance-vie. Il a été habitué à considérer l'assurance-vie sous un nouvel aspect, et bon nombre d'agents comptent sur la campagne comme sur leur meilleur champ d'action. Beaucoup d'agents se spécialisent à la campagne, et leur expérience à surmonter les objections ordinaires leur assure de beaux succès. Ils connaissent le meilleur temps pour attaquer leur homme et, lorsque ce temps arrive, on peut être sûr de les trouver à la besogne. Le cultivateur compte sa richesse d'une manière différente de celle du citadin. Quel que soit son actif en terre ou en propriétés, il ne compte que sur ses recettes liquides pour payer ses assurances. Avec l'argent d'une bonne récolte, de la vente d'un troupeau de bétail ou des fruits de son verger, il se sent plus à l'aise pour dépenser que lorsqu'il vient d'acheter une ferme. C'est pourquoi on devrait faire un effort maintenant pour le convaincre de ce que l'assurance-vie est aussi sage et aussi nécessaire pour lui que pour un homme d'une autre occupation. Il n'en verra peut-être pas la sagesse avant d'avoir de l'argent disponible.

Les deux mois qui vont suivre devraient être profitables aux agents actifs.

QU'EST-CE QUE L'ASSURANCE?

Quand vient la mort, c'est une consolation en espèces sonnantes. C'est une auréole de gloire autour de la chaise vide; c'est la réponse à la prière: "Donnez-nous aujourd'hui notre pain quotidien." C'est un écho de la Sainte Ecriture: "Il a secouru la veuve et les orphelins." C'est le fruit mûr du devoir accompli. C'est le testament que l'on peut faire sans l'assistance d'un avocat. C'est un monument de beaucoup plus honorable que le marbre et le granit. C'est tout cela et beaucoup d'autres choses encore, si vous jouissez de l'assurance. — Lone Star Workman.

LA CANADA LIFE

dans chacune des quatre dernières années, a gagné UN TAUX D'INTÉRÊT CONSIDÉRABLEMENT AUGMENTÉ et 1912 laisse entrevoir une augmentation sur 1911. L'intérêt est un important facteur de surplus et c'est sans doute ce qui fait que, DANS CHACUNE DES 4 DERNIÈRES ANNÉES, la Canada Life a encaissé de PLUS FORTS SURPLUS que jamais dans l'histoire de la Compagnie

N. B. La mortalité favorable, et les dépenses réduites, résultant d'une BONNE ADMINISTRATION, ont aidé atteindre ce résultat.

CANADA LIFE ASSURANCE CO.,

Bureau Principal, - Toronto

L'ASSURANCE MONT-ROYAL

(Compagnie Indépendante (Incendie))

BUREAUX: 74 rue Notre-Dame Ouest
Coin St-François-Xavier, MONTRÉAL
RÔDOLPHE FORGET, Président.
J. E. CLEMENT, Jr., Gérant-Général

La Compagnie d'Assurance MUTUELLE DU COMMERCE

Contre l'Incendie

Actif excédant - - - - - \$490,000.00

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

CAPITAL, \$400,000.00

La Prévoyance

ASSURANCES:

Responsabilité Patronale

Accidents, Maladies, Bris de Glaces, Contre le Vol.

Garantie de Fidélité,
Garantie de Contrats.

Bureau-chef: 160, rue St-Jacques,
MONTRÉAL

J. C. GAGNE, Gérant-Général

Tel. Bel. Main 5077 AGENTS DEMANDES

SUN LIFE of CANADA

Actif \$ 43,500,885.98

Assurances en vigueur... \$164,572,073.00

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

BRITISH COLONIAL

Fire Insurance Company

ASSURANCE INCENDIE

Bureaux: Edifice Royal,
Montréal.
2 Places d'Armes.

Agents demandés dans
tout le Canada.

Fidelity-Phenix Insurance Co.,
OF NEW-YORK

Total de l'Actif - \$14,081,389.23

Robert Hampson & Son, Agents.

1-5 RUE ST-JEAN

PATENTES OBTENUES PROMPTEMENT

Dans tous les pays. Pour renseignements de maniez le Guide de l'Inventeur qui sera envoyé gratis.
MARION & MARION, 3/4 rue Université, angle de la rue Ste-Catherine. Edifice de la Banque des Marchands.

NEW VICTORIA HOTEL

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

JOSEPH FORTIER Fabricant-Papetier

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

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

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

L. R. MONTBRIAND

Architecte et Mesureur,
230 Rue St-André Montréal.

W. LAMARRE & CIE

MARCHANDS DE
BOIS ET CHARBON
Poin, Paille, Avoine, Etc.
630 Avenue Atwater
Près St-Jacques, St-Henri
Correspondance sollicitée.
TELEPHONE BELL: WESTMOUNT 609.
MARCHANDS: 1324.

LUBY

Pour les Cheveux.
R. J. DEVINS, Limitée. 1845 Notre-Dame O
MONTREAL.

Résidence 2922 St-Hubert

A. MATERAZZO
ALIAS

A. MATRASSE
Empaqueteur de Légumes

Manufacture: 1349 rue Huntly, Montréal

Renseignements Commerciaux

Cessions

Charny—Bernier, J. P., bijoutier.
Montreal—Adamson, J. T. & Co., vins, etc.; Cunningham, Jas., machinerie; Marsolais, J. B. & Cie, nouveautés; Nicholson, G. W. T., entrepreneur; St. Denis, J. M., meubles; Wartelsky, Lewis, nouveautés.
Rivière Beaudette—Bourbonnais, Geo., fromager.
Shawinigan Falls—Lespérance, Mme O., nouveautés.
Ste-Anne des Monts—Lamontagne, Geo., nouveautés.
St Hyacinthe—Phaneuf, J. B. J., épicer.
Montreal—Paterson, John, entrepreneur.
Montreal—Levert, H. H., poêles.
Nominque—Thauvette, H. W., M.G.

Fonds vendus

Graccheld—Vineberg, E. & Co., hardes faites, etc.
Montreal—Canada Automobile Exchange, vente du shérif le 9; Tessier, Edouard à Pierre Poudrette, épicer.
Quebec—Gouge, Jos., menuisier.
Sherbrooke—Bilodeau & Rivard, tailleurs.
Montreal—Vadnais, F. A., tailleur.
Picardie—Parent, H. E. & Co., scienc.

En difficultés

Joliette—Le Syndicat de Joliette, demande de cession.
Montreal—Aziz & Frère, demande de cession; Lamy, J. A., nouveautés, demande de cession.
Montreal—Larivière & Rouillard, quincailliers; Merchants Telephone Co. Ltd.

Compromis

Sherbrooke—Cohen, B., ferrailles.
Dissolutions de sociétés
Montreal—Fortier & Courteau, agents d'immeubles; Gilmour Co., J. J. Benning continue sous la même raison sociale, savon, etc.; Golden Crown Clothing Co., H. Wolofsky et C. L. Rosenberg continuent sous la même raison sociale; Hart, A. J. (Enreg.), fruits; Style Craft Mfg Co., H. Rosenbaum et B. Michaelson continuent sous la même raison; Lubin, Yanosfy, constructeur.
St David d'Yamaska—Goulet, J. A., trompomis, épicerie.

Fonds à vendre

Grande Rivière—Ahern, M. J. M. G., vente le 14 janvier.
Montreal—Massie, C. & Co., nouveautés, vente le 10 janvier; Tammaro, E. S., manif. de macaroni, vente le 13 janvier.

Changement de nom

Montreal—Builders & Contractors, Ltd. changent leur nom en celui de Nicholson Constructions Ltd.

Incendies

Montreal—O. K. Spice Mills Co.; Standard Paint Co., assurance.
Montreal—Miss Seymour, M. N., modes.
Quebec—La Société de Publication de la Libre Parole, en partie assurée.

Nouveaux établissements

Granby—Granby Hardware Co.

GEO. GONTHIER H. E. MIDGLEY
Expert Comptable et Comptable-Incorporé
Auditeur
GONTHIER & MIDGLEY
Comptables & Auditeurs
103 RUE ST-FRS-XAVIER.
Téléphone Adresse télégraphique
Main 2701-519 "Gontley"

EN PUBLICATION Almanach Rolland

Agricole, Commercial
et des Familles
Quarante-Septième Année

PRIX

L'Exemplaire,	-	-	10 cts
"	par malle,	-	14 "
La douzaine,	-	-	84 "
Le cent,	-	-	\$6.50 "

Plus les frais de transport.

Maison Fondée en 1870

AUGUSTE COUILLARD

IMPORTATEUR DE

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

Spécialité: Poêles de toutes sortes

Nos. 222 à 229 rue St-Paul

Ventes 12 et 14 St-Amable, MONTREAL

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

P. A. GAGNON

Comptable Licencié

(Chartered Accountant)

Chambre 216, 218, 217

Edifice Banque Québec.

11 Place d'Armes, MONTREAL.
Téléphone Bell Main 4912

WILKS & BURNETT

Comptables, Auditeurs, Commissaires pour toutes les Provinces.

Règlement d'affaires de Faillites

601 Bâtisse Banque des Marchands

Téléphone Bell Main 5500

Marchands 849

MONTREAL

EUGENE PREVOST RODOLPHE BEDARD

PREVOST & BEDARD

Comptables,

Liquidateurs,

Auditeurs.

Spécialité: Règlements de différends

57 Edifice Liverpool & London & Globe

1125 ST-JACQUES

BELL TEL. MAIN 1056

ONTREAL.

ALEX. DESMARTEAU

Comptable, Auditeur

SPÉCIALITÉ : — Liquidation de Faillites,
Compromis Effectués.54, 60, RUE NOTRE-DAME EST
MONTREAL.

TEL. BELL, MAIN 1859

BELANGER & BELANGER

Notaires, Comptables et Commissaires

TRUST & LOAN BUILDING.

No 30 rue St-Jacques, MONTREAL

Argent à Prêter à 4, 5 et 6%

Henry N. Chauvin, Geo. Harold Baker,
Harold Barle Walker**CHAUVIN, BAKER & WALKER**

AVOCATS

230 rue St-Jacques, Montréal

CHOCOLAT "ELITE"

NON MUCIFÉ

DES ÉPICIERES
Pour tous les**Besoins de la Cuisine**

Tablettes de 1/4 lb.

Fabriqué par

JOHN P. MOTT & CO.,

HALIFAX, N. E.

J.A. TAYLOR, Agent, Montréal

GARAND, TERROUX & CIE

BANQUIERS ET COURTIERS

48 rue Notre-Dame Ouest

MONTREAL

MELLE A. PLOUFFE

STENOGRAPHE-DACTYLOGRAPHE

207 rue St-Jacques (Chambre 26)

Traduction dans les deux langues.

"Lettres circulaires au 1,000

Prix Spéciaux".

TEL. BELL MAIN 6408.

Pour l'homme dont l'ambition est soutenue par une froide et implacable détermination, les obstacles ne sont que des pierres d'achoppement du succès.

Montréal—Anglo-American Woolen Co., confection; F. G. Farwell & Co., agents d'assurance; La Caisse Hypothécaire Ltée; Matheson Automobile Co. of Canada, Ltd.; Motor Tire Import Co.; Smart-Woods, Ltd.; D. Bélair & Fils, ferblantiers; F. Charland & Co., boulangers; Empress Theatre & Amusement Co., Ltd.; Independent Amusement Ltd.; Lampron & Lapointe, entrepreneurs; David Nicol, commerçant; M. L. A. Pariseau, modes; Paige Motor Sales Co.

Lachine—Lachine Rye Baking Co.

Robertsonville—La Compagnie Immobilière du Canton de Thetford.

St-Hyacinthe—J. N. Laplante & Co., farine, etc.

Montréal—Albian Motor Car Co. of Canada; Barbeau & Lussier, viandes cuites; Bazin & Wiseblatt, manuf.; Bijou Waist Co., manuf.; Canad General Trust Co., agents financiers; Canada Leatherboard Co. Ltd.; Canadian Sand & Gravel Co. Ltd.; Crown Press; Dame Alphonse Desrochers & Co., épiciers; J. A. Gagné & Co., bouchers; Globe Mfg. Co.; Canada Grip Nut Co. Ltd.; Ice Mfg. Co. Ltd.; Imperial Import Co., D. G., etc.; London Sponging Co.; Model Ladies Tailoring; Oceanic Oyster Co. of Canada Ltd.; Pefau & Gouldener, bijoutiers; Regal Hotel; Shawinigan Falls Construction & Realty Co.; C. Vaudrin, successeur de V. Thériault, entrepreneur de pompes funèbres.

Danville—John Milford & Son, fleuristes.

Mégantic—Alb. Choquette & Co., fromagers et beurriers; André Lachance & Co., entrepreneurs.

Montréal—Atlantic Sugar Refineries, Ltd.; Canadian Import Co.; Dorken Bros. & Co., quincailliers; Imprimerie Modèle; Maxim's, restaurant; Northern Provisions & Contracting Co.; R. Pélaudeau, restaurant; J. W. Ross Co., agents d'immeubles; H. R. St-Michel & Co.; Sherwood & White, restaurant; Steel Specialties for Canada, Ltd.; W. A. Wood Construction Co.

St-Jean—Canada Grip Nut Co. Ltd.

Curateurs

Montréal—J. Desautel à Darabaner Aaron, nouveautés; Fisher & Desautel à Pantazi Kosto, confiseur; Vinet & Dufresne à Perreault, Auguste, épicier; N. St-Amour à Cusson, Jos., plombier; Vinet & Dufresne à Marsolais, J. B. & Co., nouveautés; Vinet & Dufresne à Nicholson, G. W. J., entrepreneur; Chartrand & Turgeon à Wartelsky Lewis, nouveautés; N. St-Amour à Bourbonnais, Geo., fromager.

Rivière Beaudette—J. P. E. Gagnon, de Québec, à Lamontagne, Geo.

Ste-Anne des Monts—R. E. Lefebvre, de Québec, à Bernier, J. P., bijoutier, Charny.

Dissolutions de sociétés

Montréal—Hyde & Webster, ciment, etc.; Northmount Hardware Co.

Danville—Chadsey Lumber Co., F. B. Charsey continue sous la même raison sociale.

Montréal—Club de Hockey "Le Montagnard"; Empire Broom & Woodware Co.; Hoffman & Co., fourrures; Silivansky & Silver, nouveautés.

Décès

Montréal—Nurnberger, buvetier.

ACTES INSCRITS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT A TROIS-RIVIERES, DU 24 DECEMBRE 1912 AU 4 JANVIER 1913**Mariages**

Willie Bellemare à Marie-Anne Pellerin, Yamachiche; Lucien Bourassa à Marie-Antoinette Drew, Shawinigan Falls; Joseph Dupont à Cécile Cloutier, Banlieue; Jos. A. Pichette à Anna Charette, Montréal.

Ventes

Dame Adélarde Bettez à Willie Bellemare, Yamachiche; Albert Rocheleau à Alcide Lebrun, Trois-Rivières; Louis Robert à J. A. Thibaudeau, Belleau; Maxime Descoteaux à Jos. Juneau, St-Elie; Emile Sulte à Richard Godin, Trois-Rivières; Louis Villeneuve à Hercule Lambert, Shawinigan Falls; Alex. Drolet à Donat Blanchette, Trois-Rivières; Dame Henri Baril à Narcisse Beauchesne, Grand'Mère; F. X. St-Arnauld à Dame J. F. Trottier, Grand-Mère; Théophile Arvais à Joseph Paquin, Grand'Mère; Dame Chs. Ed. Girardin à Joseph Gélinas, Yamachiche; Adélarde Giguère à Remi Hérard, Grand-Mère; Corporation de Trois-Rivières à Ephrem Duchaine, Trois-Rivières; Alfred Dufresne à Vve Horace Comeau, Pointe du Lac; Shawinigan W. & P. Co. à Herman Béliveau, Shawinigan Falls; Cie d'Immeubles de Grand'Mère à Albert Hatt, Grand'Mère.

Donations

Louis R. Gélinas à Wilfrid Gélinas, St-Boniface; Vve Maxime Martin à Arthur Martin, Pointe du Lac.

Testaments

Eugénie Bastien à Azarie Picotte, Trois-Rivières; Jacques Gélinas à Lafrenière, Shawinigan Falls.

(à suivre à la page 49)

Le Prêt Immobilier, Limitée244 Rue Ste-Catherine Est,
Montréal.

Phone Bell Est 5779

BUREAU DE DIRECTION :

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

SI VOUS AVEZ BESOIN DE CAPITAL

pour acheter une propriété ou pour vous bâtir inscrivez-vous au "Prêt Immobilier, Limitée", qui vous prêtera ce capital sans intérêt, avec grandes facilités de remboursement.

Les facilités de remboursement des prêts faits à ses membres par le "Prêt Immobilier, Limitée" sont les qu'elles repr sentent à peu près l'intérêt que l'on aurait à payer sur un emprunt ordinaire.

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

Ecrivez ou téléphonez pour avoir la brochure explicative gratuite.

LA BANQUE PROVINCIALE DU CANADA

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

Capital autorisé \$2,000,000.00 Capital versé 1,000,000.00
Réserve et surplus au 31 Décembre 1911 \$12,463.19

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

Gonçeurs : Président : Honorable Sir ALEX. LACOSTE, Ex-Juge en chef de la Cour d'Appel; Docteur H. PERBILLET LACHAPPELLE, Administrateur du Crédit Foncier Franco-Canadien; M. CHEVALIER, Directeur Gérant, Crédit Foncier Franco-Canadien

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

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

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 pcs de large, RAILS en "T" de 12, 18, 28 et 40 lbs à la verge BCLISSÉS, RSSIEUX DE CHARS DE CHEMINS DE FER.

GROSSES PIECES DE FORGE. UNE SPECIALITE

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

Bureau Principal : NEW GLASGOW, N. E.

QUEBEC STEAMSHIP CO. LIMITED.

Allez aux Bermudes

Le Steamer "Bermudian" à double hélice, 10,518 tonnes de déplacement, quittera New-York chaque mercredi à 10 00 a.m. Signaux sous-marins, télégraphie sans fil, orchestre Voyage Record, 39 heures 20 minutes. Le plus rapide, le plus moderne et le seul steamer débarquant ses passagers aux quais des Bermudes sans transbordement. Le Steamer "Orotava" 10,061 tonnes de déplacement quittera New York le mardi, à 10 00 a.m., de chaque semaine à partir du 4 février. Billets interchangeables avec la R. M. S. P. Co. Le nouveau steamer "Guiana" des Indes Occidentales et autres steamers quittent New York toutes les deux semaines pour St-Thomas, Ste-Croix, St-Christophe, Antigua, la Guadeloupe, la Dominique, la Martinique, Ste-Lucie, la Barbade et Demerara.

Pour renseignements complets s'adresser à W. H. Henry, 286 rue St-Jacques, W. H. Clancy, 112 rue St-Jacques, The Cock & Son, 530 rue Ste-Catherine-Ouest; Home & Rivet, 9 Boulevard St-Laurent, ou à J. G. Brock & Co., 211 rue des Commissaires, Montréal, Quebec Steamship Co. Quebec.

Intéressez-vous à quelque chose et cela dès aujourd'hui. Trop d'hommes s'intéressent au passé et à l'avenir, et ne font qu'accumuler des regrets.

BANQUE DE MONTREAL

FONDEE EN 1817 — CONSTITUEE PAR ACTE DU PARLEMENT

Capital tout payé.....\$16,000,000.00
Fonds de Réserve.....16,000,000.00
Profits non Partagés.....802,814.84

Siège social : MONTREAL.

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

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

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

Succursales en dehors du Canada.—Grande-Bretagne, Londres. 47 Threadneedle St., — F. Williams Taylor, gérant. États-Unis, New-York—R. V. Hedden, W. A. Bog. J. T. Mollieux, agts 64 Wall Street Chicago, Spokane. Terre-Neuve : St. John's, Birch Cove, Grand Falls, Mexique, Mexique, D. F.

LA BANQUE NATIONALE

FONDEE EN 1860.

Capital \$2,000,000
Réserve 1,400,000

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

Notre bureau de Paris,

RUE BOUDREAU.

7, SQUARE DE L'OPERA,

est très propice aux voyageurs canadiens qui visitent l'Europe

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

LA BANQUE MOLSON

INCORPORÉE EN 1855

Bureau Principal, MONTREAL.

CAPITAL PAYÉ \$4,700,000
FONDS DE RÉSERVE 4,700,000

JAMES ELLIOT, Gérant-Général

SUCCURSALES DANS LA PROVINCE DE QUEBEC :

Arthabasha	Avenues du Parc	Roberval
Bedford	et Georges-Rmle	Sorel
Chicoutimi	Maisonneuve—	Saint-Césaire
Drummondville	Market and Harbour—	Sainte-Françoise Station
Fraserville et Rivière	Côte des Neiges—	Saint-Ours, Qué.
du Loup Station	Côte St-Paul	Sainte-Thérèse de
Knowlton	Boulevard St-Laurent	Blainville
Lachine Locks	Saint-Henri—	Victoriaville
Montréal-Rue St-	Pierreville	Ville St-Pierre
Jacques	Québec	Waterloo
Rue Sainte-Catherine	Richmond	

85 Succursales dans tout le Canada.

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

BANQUE D'HOCHELAGA 1874-1912

Capital autorisé \$4,000,000 Capital payé \$3,000,000

Réserve 2,650,000 Totl de l'Actif au-delà de \$29,000,000.00

DIRECTEURS : Hon. J. D. Rolland, Président; J. A. Vaillancourt, Ecr. Vice-Président A. Turcotte, Ecr., n. H. Lemay, Ecr., Hon. J. M. Wilson, Hon. F. L. Bélière, Col. C. A. Smart, E. G. Leduc, Gérant; Beaudry Leman, Surintendant des Agences; E. C. Vidricaire, Assistant-Gérant; Yvon Lamarre, Inspecteur

Bureau Principal—Montréal
BUREAUX DE QUARTIERS

Ave. Mont-Royal (coin St-Denis)	Hochelaga	Villeray
Ave. Mont-Royal (Coin de Lanaudière)	Maisonneuve	Verdun (près Montréal)
Rue Ste-Catherine, Est	Pointe St-Charles	Viauville (près Montréal)
Rue Ste-Catherine, centre	St-Rodouard	DeLormier
	St-Henri	Quartier Emard
	St-Viateur	Rue Notre-Dame, Ouest
	Quartier Laurier	Longue-Pointe

SUCCURSALES

Berthierville, P. Q.	Mont-Laurier, P. Q.	St-Jacques l'Achigan, P. Q.
Edmonton, Alta	Québec, P. Q.	St-Jérôme, P. Q.
Fournier, Ont	St-Roch de Québec, P. Q.	St-Pierre Man.
Joliette P. Q.	Sorel, P. Q.	Trois-Rivières, P. Q.
Lachine, P. Q.	Sherbrooke, P. Q.	Valleyfield, P. Q.
L'Assomption, P. Q.	Ste-Geneviève	Vankleek Hill, Ont.
Longueuil, P. Q.	de Pierrefonds, P. Q.	Winnipeg, Man.,
Louiseville, P. Q.	St-Boniface, Man	
	St-Hyacinthe, P. Q.	

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

Finances

REVUE DE LA SEMAINE.

Le Pacifique Canadien, Laurentide, Shawinigan et Ottawa Power ont été les principales valeurs à démontrer des gains sur le marché local, hier. Le reste de la liste est resté à peu près stationnaire avec quelques titres très en évidence lundi, tendant à baisser sous l'effet de la liquidation.

Montreal Power s'est maintenu avec beaucoup de fermeté entre 238 $\frac{1}{4}$ et 237 $\frac{1}{2}$ et a clôturé à cette dernière cote.

Shawinigan qui se vendait ex-dividende à 1 $\frac{1}{2}$, a clôturé à 147 $\frac{1}{2}$, soit à l'équivalent d'un point de hausse. On a liquidé un peu de Dominion Textile ordinaire et le prix en a baissé de $\frac{1}{2}$ à 82. Dominion Steel et Detroit ont fermé sans changement.

Ottawa Power a été le plus en évidence à la hausse; il a touché 186 et clôturé avec un gain de 1 $\frac{1}{2}$ point. Laurentide a aussi avancé de 1 $\frac{1}{2}$ point, clôturant à 229 $\frac{1}{2}$. C. P. R. a encore été très calme, mais le ton plus ferme du marché de New-York l'a fait avancer d'un point à 263 $\frac{1}{2}$.

* * *

La situation monétaire demeure sensiblement la même et le taux de l'escompte est toujours aussi élevé. Les agents de change, cependant, commencent à trouver un peu d'argent, ils acceptent assez volontiers les ordres sur marge. Il se passera encore un certain temps toutefois avant que l'on puisse dire que l'argent est redevenu abondant et facile.

La nouvelle que la United States Steel Corporation doit, dans un prochain avenir, commenter en face de Détroit, en territoire canadien, la construction d'aciéries, a causé sur la place une certaine émotion. Tout bien considéré, nous ne voyons guère là une cause d'alarme. L'établissement de hauts fourneaux d'aciéries, ne se fait pas en un jour; le péril, si toutefois il y en avait un, ne serait donc pas immédiat. Si l'on songe que notre industrie sidérurgique ne produit que 50 pour cent de ce que nous consommons, on voit qu'il y a de la place encore au pays. En vérité, autant vaut que nos compagnies de chemins de fer commandent leur matériel à une aciérie américaine établie au Canada; nos ouvriers au moins y gagneront quelque chose, et notre argent en somme sera dépensé chez nous: c'est l'essentiel.

Quoique les droits de souscription à l'émission du C.P.R. soient venus le 2 janvier à échéance, les transactions se feront jusqu'au 15 avec droits attachés. L'espoir de voir l'harmonie se rétablir dans le concert européen a créé sur l'action C.P.R. une bonne demande. Le cours en fin de semaine s'est établi à 264, soit une avance de 7 points sur la fermeture de la semaine précédente.

Le Detroit United a touché 79 $\frac{7}{8}$ et la demande ne semble pas se ralentir. La perspective d'un relèvement du dividende est toujours la cause de ce mouvement.

Le Shawinigan a pris au cours de la semaine une substantielle plus-value: le cours s'est établi à 145. En plus des avantages que confèrera aux actionnaires la fusion avec le Power, il convient de tenir compte de ce qui résulteront des barrages du haut Saint-Maurice, que l'on va construire la

Commission du Régime des Eaux Courantes. La compagnie n'aura pas à effectuer elle-même des travaux qui auront pour résultat de régulariser le débit de la rivière.

Au tableau des hors-liste, le Brazilian et le Tramway & Power, que nous signalions dans notre précédente étude, ont pris une bonne avance, le premier à 94 et le second à 51 $\frac{1}{2}$.

* * *

Cet après-midi a lieu au siège social de l'institution, une réunion des membres du conseil d'administration de la Banque Internationale.

Interrogé aujourd'hui, sir Rodolphe Forget a déclaré n'avoir pas de communication à faire à la presse relativement au projet de fusion dont il a été parfois parlé à tort et à travers dans la presse. Il est cependant possible qu'à l'issue de l'assemblée qui a lieu cet après-midi, et de celle qui demain matin lui fera suite, d'importantes communications soient faites.

* * *

Ce matin, au siège social de la compagnie a eu lieu une assemblée des directeurs de la Richelieu & Ontario Navigation. Bien que rien n'ait encore transpiré de ce qui a fait le sujet de la discussion, nous croyons savoir que des questions purement administratives ont été traitées.

* * *

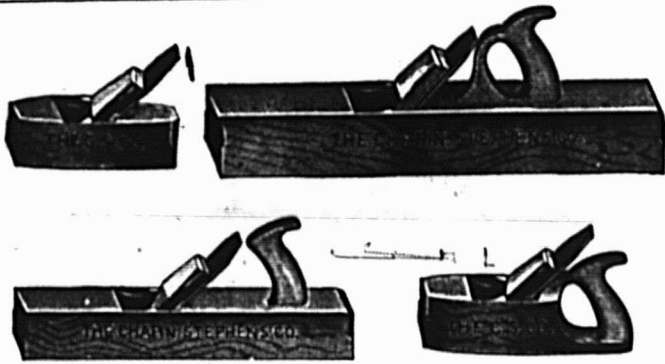
La Banque Provinciale vient de clore une année très prospère. Après déduction faite d'une somme considérable représentant le rabais d'intérêt sur tous les billets escomptés et non encore échus, les profits nets réalisés ont été d'au delà de \$185,000, soit un pourcentage de 18 $\frac{1}{2}$ pour cent du capital payé de la Banque; ce pourcentage est probablement le plus élevé qui a encore été obtenu par nos banques canadiennes généralement. Quatre dividendes de \$15,000 chacun ont été distribués aux actionnaires durant l'année, et une réduction sur les ameublements et allocation pour l'ouverture de nouvelles succursales, \$15,868.00 a aussi été faite. De plus, la somme de \$100,000.00 a été portée aux fonds de réserve, et une balance au crédit de profits et pertes, de \$13,866.00 a été maintenue.

Le capital payé de la Banque est aujourd'hui de un million de dollars, et elle a une "réserve" de profits accumulés d'au delà de \$575,000.00, sans toutefois tenir compte des provisions dont il est fait mention plus haut, tel que rabais sur billets non échus, etc. L'actif général de l'institution dépasse maintenant la somme importante de treize millions de piastres.

A l'exemple de nos compatriotes anglais qui sont si pratiques et si admirables sous ce rapport, sachons encourager nos banques canadiennes-françaises, les épargnes qui leur sont confiées servent à maintenir et augmenter le commerce et les industries, de nos concitoyens.

INFORMATIONS FINANCIERES

Actions Ordinaires et Actions Privilégiées	Capital payé	Réserve	Pair des Actions	Taux du dernier Dividende	Dernière cote	
					Au 31 déc.	Au 8 Janvier
BANQUES						
Banque de Montréal	\$15,975,220	\$16,000,000	\$100.00	10%	245	246
Banque du Nouveau-Brunswick	1,000,000	1,790,000	100.00	13%	270	270
Banque de Québec	2,500,000	1,250,000	100.00	7%	133	133
Banque de la Nouvelle-Ecosse	3,998,460	7,497,412	100.00	14%	263 x D	264 1/2
Banque de Toronto	4,941,455	5,941,455	100.00	11%	211	211
Banque Molson	4,700,000	4,700,000	100.00	11%	201 1/2 x D	202
Banque Nationale	2,000,000	1,400,000	100.00	8%	140	140
Banque des Marchands du Canada	6,547,159	5,400,000	100.00	10%	193	193
Banque Provinciale	1,000,000	500,000	100.00	6%
Banque Union du Canada	4,952,190	3,076,095	100.00	8%	150	152
Banque Canadienne du Commerce	15,000,000	12,500,000	50.00	10%	220 1/2	221 1/2
Banque Royale du Canada	7,661,060	8,607,166	100.00	12%	223 1/2	222 1/2
Banque d'Hochelega	2,885,340	2,650,000	100.00	9%	169	167 1/2
Banque d'Ottawa	3,500,000	4,000,000	100.00	12%	211	211
Banque Impériale du Canada	6,000,000	6,000,000	100.00	12%	226	226
Banque Internationale du Canada	1,320,439	100.00
CHEMINS DE FER						
		Débentures				
Canadian Pacific Railway (Ordinaires)	180,000,000	146,283,497	100.00	10%	257 1/2	263 R 19
Duluth S.S. & A Railway (Ordinaires)	12,000,000	100.00
do do (Préférentielles)	10,000,000	100.00
Minn. St. Paul & Soo Railway (Ordinaires)	20,832,000	100.00	7%	138 1/2	140 1/2
do do do (Préférentielles)	10,416,000	100.00	7%	156	156
TRAMWAYS ELECTRIQUES						
Detroit United Railway	12,500,000	21,887,000	100.00	5%	76 1/2	78 1/2
Duluth Superior Traction	3,500,000	2,500,000	100.00	5%
Halifax Electric Railway	1,400,000	600,000	100.00	7%	159 x D	159
Havana Electric Railway (Ordinaires)	7,500,000	100.00
do do (Préférentielles)	5,000,000	100.00	6%
Illinois Traction (Ordinaires)	9,564,000	100.00
do do (Préférentielles)	5,000,600	24,957,813	100.00	6%	90 x D	90 1/2
Mexican Light & Power (Ordinaires)	13,585,000	100.00	4%	81	82 1/2
do do (Préférentielles)	2,400,000	100.00	7%
Montreal Street Railway	10,000,000	4,420,000	100.00	10%
Porto Rico Railway	3,000,000	2,941,500	100.00	90	90
Quebec Railway, Light & Power	9,300,500	8,654,400	100.00	15 1/2	15 1/2
St. John Railway	800,000	100.00	6%
Sao Paulo Tram., Light & Power	10,000,000	6,000,000	100.00	10%	260	260
Toledo Railway & Light	12,000,000	13,257,000	100.00
Toronto Railway	8,000,000	3,992,326	100.00	7%	138 1/2 x D	141 1/2
Tri-City Railway & Light (Ordinaires)	9,000,000	100.00
do do do (Préférentielles)	2,825,000	8,068,000	100.00	6%
Twin City Rapid Transit (Ordinaires)	20,100,000	19,503,000	100.00	6%	103 x D	103
do do do (Préférentielles)	3,000,000	100.00	7%
Winnipeg Electric Street Railway	6,000,000	5,578,000	100.00	10%	217 x D	218
VALEURS INDUSTRIELLES						
Canadian Car & Foundry (Ordinaires)	3,500,000	100.00	8%	82	82
do do do (Préférentielles)	5,000,000	3,500,000	100.00	7%	111	111
Canada Cement (Ordinaires)	13,500,000	100.00	27 1/2	27
do do (Préférentielles)	10,500,000	5,000,000	100.00	7%	92	92 1/2
Canadian Converters	1,733,500	474,000	100.00	47 1/2	48
Dominion Steel Co.	35,000,000	100.00	4%	58 1/2	58
Dominion Textile Co. (Ordinaires)	5,000,000	100.00	6%	82 3/4 x D	82
do do (Préférentielles)	1,859,030	3,040,275	100.00	7%	105	104 x D
Lake of the Woods Milling Co. (Ordinaires)	2,100,000	100.00	8%	132 1/2	130 1/2
do do do (Préférentielles)	1,500,000	1,000,000	100.00	7%	119	115
Montreal Cottons Ltd (Ordinaires)	3,000,000	500,000	100.00	8%	60	60
do do do (Préférentielles)	103 1/2	104
Nova Scotia Steel & Coal (Ordinaires)	6,000,000	100.00	5%	85 x D	84 x D
do do do (Préférentielles)	1,030,000	6,000,000	100.00	8%	122	122
Ogilvie Flour Mills Co. (Ordinaires)	2,500,000	100.00	8%	121 x D	120
do do do (Préférentielles)	2,000,000	457,263	100.00	7%	120	120
Penmans, Limited (Ordinaires)	2,150,600	100.00	4%	55	56
do do (Préférentielles)	1,075,000	2,000,000	5.00	6%	86	86
DIVERS						
Bell Telephone Co.	12,500,000	3,649,000	100.00	8%	171 1/2 x D	172 1/2
Mackay Companies (Ordinaires)	50,000	100.00	5%	84	84
do do (Préférentielles)	50,000,000	100.00	4%	68 1/2	68 1/2
Montreal Light, Heat & Power	17,000,000	10,107,000	100.00	8%	232 3/4	237 3/4
Montreal Telegraph	2,000,000	100,000	100.00	8%	143 x D	142
Ottawa Light, Heat & Power Co.	1,511,500	730,000	100.00	6%	172 x D	185 1/2
Richelieu & Ontario Navigation Co.	3,132,000	1,123,573	100.00	6%	118	118 1/2
Shawinigan Water & Power Co.	7,000,000	5,000,000	100.00	4%	141	147 x D
MINES						
Crown Reserve	1,999,957	1.00	60%	3.42 x D	3.45 x D
International Coal Mining (Ordinaires)	500,000	100.00	7%
do do do (Préférentielles)	210,700	100.00	7%



Toutes sortes de
RABOTS
EN BOIS

THE CHAPIN-STEPHENS CO.,
UNION FACTORY
PINE MEADOW, CONN., E.U.A.

Foreuse de Fabrication Canadienne



AUCUNE AUTRE N'EST AUSSI BONNE.

John Morrow Screw & Nut Co'y, Limited
INGERSOLL, ONT.

Théâtre National Français

Semaine du 13 Janvier 1913

LE MONDE OU L'ON S'ENNUIE

Par Edouard Pailleron

Matinée tous les jours

Courroies Spéciales

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

D. K. McLaren,

Limited

351, rue St-Jacques,
MONTREAL.

Tél. Main 4904-4905 et 7248

Feutre et Papier

N'IMPORTE QUELLE QUANTITE

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

Fabricants du Feutre Goudronné
"BLACK DIAMOND"

Alex. McArthur & Co., Limited

82 RUE MCGILL, MONTREAL

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

Dans la Classe

STANDARD,

Nous faisons une spécialité de toutes sortes d'Outils de Chantier, et nous pouvons exécuter vos commandes avec la plus grande promptitude.

LES OUTILS DE CHANTIER DE

" PINK "

Sont les outils modèles dans chaque province du Canada, en Nouvelle-Zélande, en Australie, etc.; la légèreté, la force et la durabilité se combinent en eux de manière remarquable.

En vente chez les Marchands de Ferronnerie en Gros et en Détail,
dans tout le Dominion.

Procurez-vous le Catalogue et la liste des Prix.

THOS. PINK, Pembroke, Ontario.

CONSTRUCTEURS

SACHÉZ BIEN QUE
nous avons un stock considérable

DE GLACES EPAISSES (Plate Glass) polies, brutes et rayées.

D. **VERRE DOUBLE** et **SIMPLE** à la caisse ou taillé de grandeur.

De verre Cathédrale uni et de toutes sortes de verres gravés.

**GLACES BISEAUTEES,
VITRES PLOMBEES,
VITRES de portes ORNE-
MENTEES.**

MIROIRS unis et biseautés.

VERRE ARME, etc., etc

Enfin toutes les sortes et toutes les épaisseurs de vitres, et comme nous faisons le **commerce du verre exclusivement**, nous pouvons vous offrir des prix très avantageux et un service de premier ordre.

PRIX SPECIAUX au commerce sur toutes vitres avec dessins

ENTREPRENEURS

MARCHANDS DE FER

J. P. O'SHEA & CIE

Angle des rues
STE-AGATHE et PERREAULT
Tel. Bell. Est 430 et 3751

MONTREAL

Croyez vous que ceci dise quelque chose à votre clientèle de vernis ?

Le Vernis qui dure le Plus Longtemps

Le Vernis Dougall

est fait pour durer longtemps. Il sèche vite, mais il est très élastique et ne se fendille ni ne s'écaille. Un gallon de VERNIS DOUGALL couvre autant de surface qu'un gallon et demi de vernis d'autre marque. Voilà des faits et non des fictions. Il est profitable de vendre le VERNIS DOUGALL. Il donne toujours satisfaction.

The Dougall Varnish Company, Limited.

305 Rue des Manufacturiers, Montréal, Canada.

J. S. N. Dougall, Prés. Associée de la Murphy Varnish Co. E. U. A

Tôles Galvanisées



"Queen's Head"!

Le type du genre depuis un demi-siècle.

Jamais égalées comme qualité.

A. C. LESLIE & CO., LIMITED.

MONTREAL

JOSEPH RODGERS & SONS, LIMITED

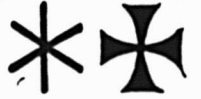
Sheffield, Ang

Evitez les imitations de notre

COUPELLERIE,

en vous assurant que cette MARQUE EXACTE se trouve sur chaque lame.

REGISTERED TRADE MARK



GRANTED 1882

Seuls Agents pour le Canada :

JAMES HUTTON & CO., Montréal.

TORONTO
Gendron
CANADA
TRADE MARK
REG.

MANUFACTURIERS DE

Véhicules pour Enfants, Meubles en osier.

Traineaux pour Garçonnetts, Fillettes et Bébés.

DEMANDEZ NOTRE CATALOGUE COMPLET DE TRINEAUX.



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

Ferronnerie, Quincaillerie, Peinture Matériaux de Construction, Etc.

LES BALANCES "TOLEDO"

Récemment, "The Americana" consacrait quelques lignes fort instructives sur la "Computing Scale," la machine qui pèse et calcule en même temps. Il est bien certain que le nouveau système de balances "Toledo" qui calculent automatiquement et sont exemptes de ressorts toujours sujets à déséquilibre, est le dernier mot du perfectionnement comme articles à peser. Le public y trouve une garantie d'honnêteté pour ainsi dire mathématique et faire l'emploi de tels engins s'est s'assurer du premier coup la confiance du consommateur.

La balance électrique marque Toledo, en plus de ce qu'elle calcule automatiquement la note de tout article vendu, est en même temps, un vendeur automatique des articles que le marchand désire annoncer. A l'instant même où l'on place un article sur la balance, non seulement le cadran de la machine s'illumine, mais des enseignes transparentes qui y sont reliées peuvent être placées autour du magasin, pour mettre en évidence le nom de tout article que l'on désire faire connaître.

Pour tous renseignements et demandes des catalogues, s'adresser à Toledo Scale, angle des rues Notre-Dame et St-Gabriel, à Montréal.

LA MAISON LEWIS BROS., LTD.

Nous informons que M. T. H. MacQuarrie, précédemment avec McLennan, Feely & Co., Ltd., de Vancouver, devient son représentant pour le Colombie Anglaise, et que M. E. Pilon, précédemment avec Frothingham & Workman, prendra en charge le département qu'occupait M. L. Bélanger.

Lewis Bros. profitent de l'occasion pour porter à la connaissance de nos lecteurs les changements suivants qui ont eu lieu cette année dans leur personnel.

M. J. R. Anderson, le gérant d'Ottawa de la maison Lewis Bros., a été transféré au siège social, au département d'achat. Son avancement a été particulièrement rapide, car il n'y a qu'un an qu'il avait été appelé de l'Ouest pour prendre la tête de la succursale d'Ottawa. Son successeur à Ottawa est M. Ed. A. Runions, qui a représenté la Kemp Mfg. Co., pendant environ dix ans dans cette même section.

M. H. M. Borland, qui était précédemment avec Wood, Vallance & Co., succède à M. F. Houghton qui abandonne l'emploi qu'il occupait chez Lewis Bros. pour se mettre à son propre compte.

M. A. Gamache, autrefois avec Prudhomme, a été attaché au personnel de vente de Lewis Bros., à la maison de Montréal.

Ci-dessous la liste des noms et résidences des représentants de la maison Lewis Bros.:

L. Bélanger, Ste-Flavie, Qué.; H. M. Borland, 132, Suffolk St., Guelph, Ont.; G. Bernard, Fortierville, Qué.; L. M. Brown, 46 Daniel St., Brockville, Ont.; J. A. Bureau, 447 Mont-Royal Est, Montréal, Qué.; A. O. Campbell, 550 Beattie St., P. O. boîte 656, Vancouver, B. C.; A. D. Cantin, 203 Etienne Cartier Sq., St-Henri, Qué.; F. Cantillon, 853c Sanguinet, Montréal, Qué.; H. H. Clark, P. O. boîte 225, Lennoxville, Qué.; C. L. Devitt, P. O. boîte 362, Ottawa, Ont.; A. Ferguson, P. O. boîte 32, Steelton, Ont.; A. Gamache, 284 Laval Ave, Montréal, Qué.; A. R. Hart, c/o The Hall Hardware Co., Calgary, Alta.; G. E. Karch, St-Lambert, Qué.; A. D. Leblanc, 739 St-Denis, Montréal, Qué.; L. J. Leclair, c/o W. A. Mitchell, Kingston, Ont.; A. R. Payne, 7 Star Ave, Toronto, Ont.; L. R. Rettie, 1 Park St., Moncton, N. B.; Ed. A. Runions, 54 Queens St., Ottawa, Ont.; T. L. Thacker, Pacific Hotel, North Bay, Ont.; Geo. Walker, 2330-Esplanade Ave, Tél. St-Louis 6879, Montréal, Qué.; J. C. Watson, P. O. boîte 653, Truro, N. E. G. C. Young, 24 St. Vincent St., Toronto, Ont.

Liste des vendeurs pour l'intérieur:

G. C. Dufresne, R. Desforges, E. Bouchard, P. Dansereau, J. E. Pilon, G. Bambridge.

C. M. STRANGE,

Gérant des ventes de Lewis Bros. Ltd.,
20 à 42 rue Bleury,
Montréal.

THE CHAPIN-STEPHENS CO.

Nous a fait envoi de son catalogue qui est à coup sûr un des plus intéressants qui soient. Comme le font remarquer au début les auteurs de ce pamphlet, ce qu'ils ont cherché en établissant ce catalogue, c'est de le rendre aussi simple que possible pour l'acheteur et qu'une sérieuse étude de chacune des pages

qu'il contient puisse donner une idée exacte des outils fabriqués par la célèbre maison de Pine Meadow, Conn., E. U.

Cette usine établie en 1896, est devenue une des plus connues sur les marchés de l'Amérique du Nord.

La compagnie actuelle fut formée en 1901 par la fusion des usines de H. Chapin's Sons Co. et Stephens & Co., les deux plus anciennes manufactures de règles, niveaux et rabots des Etats-Unis.

En choisissant les points les plus parfaits de fabrication des deux vieilles usines et en les assemblant avec des améliorations constantes, la maison Chapin-Stephens Co. a augmenté de beaucoup ses facilités de production et est devenue une des usines les mieux montées qui soit aujourd'hui pour la manufacture d'articles du genre.

Depuis son dernier catalogue, la maison Chapin-Stephens a apporté de nombreux changements à sa liste de prix, et seule la présente peut permettre de commander les articles désirés en connaissance de cause; les marchands de quincaillerie et articles de ferronnerie qui auront à s'approvisionner de rabots, niveaux et règles de précision en tous genres, feront donc bien de se procurer le catalogue détaillé des différents modèles en en faisant la demande à: The Chapin-Stephens Co., à Pine Meadow, Conn., E. U. A.

LES LOCOMOTIVES RUSSES

L'industrie de la construction des locomotives en Russie subit, surtout depuis cinq ans, une dépression sensible. Les chiffres suivants le démontrent:

Années	Nombre Valeur de locomotives en	
	construites	roubles
1907..	792	30,717,000
1908..	580	25,570,000
1909..	599	27,240,000
1910..	487	22,495,000
1911..	400	18,400,000

A la suite de la diminution constante des commandes de locomotives, plusieurs usines se sont décidées à combler les lacunes par la fabrication d'autres sortes de produits.

Cette dépression est d'autant plus grave que la direction des chemins de fer russes de l'Etat aura besoin, pendant l'année 1913, de 353 locomotives, 902 voitures de voyageurs, 9,053 voitures pour marchandises, pour une somme totale de 45 millions de roubles.



**100%
PURE**

Travaillez pour le profit, Monsieur le Marchand, aussi ardemment qu'il vous plaira — le profit est nécessaire — mais soyez sûr de ne pas sacrifier la qualité pour faire un petit gain supplémentaire; vous pourriez ainsi ruiner votre réputation. Maintenez votre réputation au dessus de tout reproche en vendant une bonne peinture et vous obtiendrez le bon profit qu'une bonne peinture procure toujours.



**100%
SURE**

La Peinture MARTIN-SENOUR

PURE AU 100%,

est la bonne peinture qui vous rapportera le bon profit. Votre réputation et vos affaires s'amélioreront avec chaque canistre que vous vendrez.

Morale: Prenez l'Agence pour les Ventes — puis donnez une bonne impulsion à la vente de la Bonne Peinture et obtenez le bon profit. La Peinture Martin-Senour vous attirera de fortes affaires.

Ecrivez aujourd'hui même — dites que vous désirez avoir l'Agence — nous vous indiquerons comment faire pour l'obtenir et nous vous aiderons à faire le bon profit.

THE MARTIN-SENOUR Co., LIMITED.

Les Pionniers de l'Industrie des Peintures Pures.

MONTREAL.

TORONTO.

CHICAGO



D'ici Trois Mois. . . . ,

le commerce du printemps sera en plein mouvement. Vous devriez donc préparer votre commande pour Peintures et Vernis aussitôt que possible, afin de vous assurer une prompte livraison au moment de la presse.

L'importance qu'il y a à commander les articles qui vous attireront de la clientèle, n'est pas à dédaigner. Les Peintures, Vernis, Emaux, Couleurs, Laques, etc., de Sherwin-Williams, sont bien connus d'un océan à l'autre. Plus que cela, ils sont reconnus par un grand nombre de personnes comme étant supérieurs à toutes autres lignes sur le marché.

Le système de Sherwin-Williams pour aider au marchand à augmenter ses affaires, vaut la peine d'être connu, — aimeriez-vous à savoir de quelle manière les clients de Sherwin-Williams seront aidés cette année ?

Envoyez-nous votre adresse sur carte postale.



THE SHERWIN-WILLIAMS Co.
of Canada, Limited.

PAINT, VARNISH & COLOR MAKERS
LINSEED OIL CRUSHERS

FACTORIES: MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG, LONDON, ENG.
OFFICES & WAREHOUSES: MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG, VANCOUVER, LONDON, ENG.



(Ferronnerie) Marché de Montréal

LA SITUATION.

La semaine écoulée a été la seule où les affaires ont semblé cesser pour la ferronnerie. Les voyageurs n'ont pas voyagé mais se sont réunis en convention et ont fait des plans pour la nouvelle année. Comme on devait s'y attendre, les maisons de gros ont fait très peu d'affaires.

Toutefois, dans certains districts, les détaillants ont été assez occupés, surtout dans les centres canadiens-français, là où l'on échange des présents au 1er janvier plutôt qu'à Noël.

On s'attend à une bonne reprise des affaires, maintenant que les fêtes sont terminées.

Nous cotons:

PLOMBERIE

Tuyaux de plomb

Les prix sont de 7.50 moins 10% pour tuyaux en plomb et de 9.00 pour tuyaux de plomb composition moins 10%.

Tuyaux de renvoi en fonte et accessoires

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

Tuyaux en fer

Nous cotons, prix de la liste:

1	100 pieds	5.50
1 1/2	100 pieds	5.50
2	100 pieds	8.50
2 1/2	100 pieds	11.50
3	100 pieds	16.50
3 1/2	100 pieds	22.50
4	100 pieds	27.00
4 1/2	100 pieds	36.00

Nous cotons net:

2 1/2	100 pieds	16.30
3	100 pieds	21.54
4	100 pieds	30.80

Tuyaux galvanisés.

Nous cotons, prix de liste:

1	100 pieds	5.50
---	-----------	------

1	100 pieds	5.50
1 1/2	100 pieds	8.50
2	100 pieds	11.50
2 1/2	100 pieds	16.50
3	100 pieds	22.50
3 1/2	100 pieds	27.50
4	100 pieds	36.00
4 1/2	100 pieds	27.07

Nous cotons net:

2 1/2	100 pieds	22.20
3	100 pieds	29.19
3 1/2	100 pieds	30.70
4	100 pieds	41.75

Les escomptes sont les suivants:

Tuyaux noirs: 1/2 pouce et 3/4 pouce, 64 p.c.; 1 pouce, 69 p.c.; 1 1/2 et 2 pouces, 73 1/2 p.c.; 2 à 3 pouces, 75 1/2 p.c.

Tuyaux galvanisés: 1/2 à 1 pouce, 49 p.c.; 1 pouce, 59 p.c.; 1 1/2 à 4 pouces, 63 1/2 p.c.; 2 à 3 pouces, 64 1/2 p.c.

Tuyaux en acier

2	pouces	100 pieds	8.50
2 1/2	pouces	100 pieds	10.50
3	pouces	100 pieds	12.50
3 1/2	pouces	100 pieds	15.00
4	pouces	100 pieds	19.25

Fer-blanc

Nous cotons:

Au charbon — Allaways ou égal
1C, 14 à 20, base bte 4.65

Fer-blanc en feuilles

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

(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net.)

Au coke — Lydbrook ou égal
1C, 14 x 20, base bte 4.25

(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net.)

Au Charbon—Terne-Dean ou égal
1C, 20 à 28 bte 8.25

(Caisse de 112 feuilles, 216 lbs. net.)

(Caisse de 560 lbs.)

XX, 14 x 60, gauge 26 lb. 0.07 0.07 1/2

Feuilles étamées

72 x 30	gauge 24, 100 lbs.	8.50
72 x 30	gauge 26, 100 lbs.	9.00

Tôles Canada

Nous cotons: 52 feuilles demi-poli, \$3.05; 60 feuilles, \$3.10; et 75 feuilles, \$3.20.

Tôles noires

Feuilles:

22 à 24	2.65
26	2.75
28	2.85

Tôles galvanisées

Les manufacturiers annoncent d'Angleterre qu'en raison de la grève, les prix sont plus levés de 10 shillings par tonne. On peut s'attendre à une hausse sur notre marché.

Nous cotons à la caisse:

	Gorbals	Queens	de	
	Best Best	Camet	Head	
			Lis	
28 G	430	3.95	4.30	3.95
26 G	4.00	3.50	4.00	4.75
22 à 24 G	3.75	3.45	3.75	4.50
16-20	3.50	3.20	3.50	4.15

Apollo

10 1/2 oz=28	Anglais	4.35
28 G=	Anglais	4.10
26 G.		3.85
24 G.		3.60
22 G.		3.60
16 à 20 G.		3.45

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

28 G. Américain équivaut à 26 G. Anglais.

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

Soudure

Les prix sont plus élevés de 1c par lb. Nous cotons: barre demi et demi, garantie, 30 1/2; do., 27 1/2c. "Wiping", métal pour plombiers.

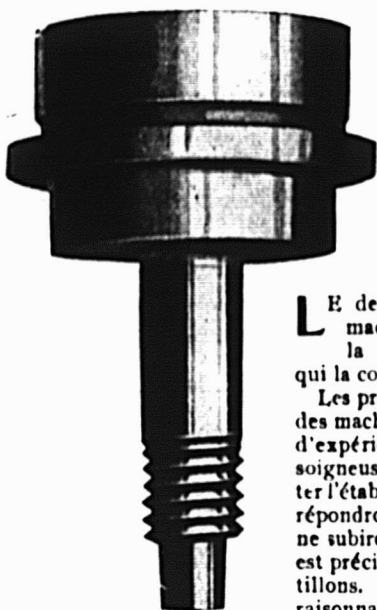
MARQUE DE COMMERCE



Voici le meilleur temps de l'année pour considérer vos achats de cartouches pour 1913. Avant de prendre une décision, assurez-vous les meilleures. Les Cartouches Dominion, Eprouvées et Perfectionnées, sont insurpassables. Rappelez-vous la MARQUE de COMMERCE. Chaque cartouche est couverte par notre garantie. Ne différez pas vos achats, mais achetez les Cartouches Dominion, LES MEILLEURES.

DOMINION CARTRIDGE CO., Limited.



MONTREAL, Canada.



Les Pièces Tournées avec Précision.

Le degré de perfection de votre machinerie dépend du fini et de la précision des petites pièces qui la composent.

Les produits **NAMCO** sont faits sur des machines neuves par des hommes d'expérience, et tous les ouvrages sont soigneusement inspectés avant de quitter l'établissement. Les pièces **NAMCO** répondront à vos spécifications. Vous ne subirez pas de pertes, car chacune est précise. Envoyez-nous vos échantillons. Nous vous coterons un prix raisonnable pour des quantités.

Demandez notre "Brochure Pour le Commerce" et voyez la ligne de travaux.  



THE NATIONAL-ACME MANUFACTURING CO.

MILLED SCREWS NUTS BOLTS & SPECIAL PARTS

MONTREAL

Au C. T. R. à St-HENRI.

LE PACIFIQUE CANADIEN

LES TRAINS PARTENT DE MONTREAL :

De la Gare Windsor pour :

BOSTON, LOWELL, 9.00 a.m., 8.00 p.m.
TORONTO, CHICAGO, 9.05 a.m., 10.00 p.m. et 11.15 p.m., pour TORONTO-NORD.
OTTAWA, 7.50 a.m., 8.40 a.m., 9.15 a.m., 10.10 a.m., 11.00 p.m., 11.45 p.m., 12.50 p.m., 1.30 p.m.
SHERBROOKE et LENNOXVILLE, 8.25 a.m., 9.00 p.m., 10.25 p.m.
HALIFAX et MONCTON, 7.25 p.m.
ST-JOHN, N. B., 7.25 p.m.
ST-PAUL, MINNEAPOLIS, 9.50 p.m.
WINNIPEG, VANCOUVER, 10.10 a.m., 10.30 p.m.

De la Gare Viger pour :

QUEBEC, 9.00 a.m., 1.30 p.m., 5.00 p.m., 11.30 p.m.
TROIS-RIVIERES, 9.00 a.m., 9.10 a.m., 1.30 p.m., 5.00 p.m., 5.30 p.m., 11.30 p.m.
SHAWINIGAN FALLS et GRAND'MERE, 9.00 a.m., 1.30 p.m.
JOLIETTE, 8.20 a.m., 9.00 a.m., 9.10 a.m., 11.40 p.m., 12.20 p.m.
SAINT-GABRIEL, 9.00 a.m., 5.20 p.m.
OTTAWA, 8.30 a.m., 5.45 p.m.
SAINTE-AGATHE, 8.45 a.m., 11.45 p.m., 12.00 p.m.
NOMININGUE, (i) 1.45 p.m., 4.00 p.m.
(a) Quotidien. (b) Quotidien, excepté diman. he. (c) Dimanche seulement. (r) Lundi, mercredi et vendredi. (1) Samedi seulement. (d) Quotidien, excepté samedi.

BUREAU DES BILLETS :

141-143 rue Saint-Jacques

EDIFICE DOMINION EXPRESS

QUINCAILLERIE

Boulons et noix

Très ferme et à la hausse.

Nous cotons :

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

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

Boulons à voitures (\$1.00) : grasdeurs, 1 et moindres, 60 et 10 p.c.; 7/16 et au-dessus, 55c.

Boulons à machine, 1 p.c. et au-dessous 60c.

Boulons à machine, 7/16 p.c. et au-dessous, 57 1/2 c.

Boulons à lisse, 1 et plus petits, 60 et 55 et 10 p.c.

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

Noix par boîtes de 100 lbs.

Nous cotons :

Noix carrées 4c la lb. de la liste

Boulons à charrue, 50 et 10 p.c.

La broche barbelée est cotée \$2.37 1/2 les 100 livres à Montréal.

No 12, \$2.35.

Crampes à clôtures

Fer poli \$2.60

Fer galvanisé 2.80

Broches pour poulaillers

L'escompte est de 60 p.c. sur la liste.

1/2 x 20 x 24" \$3.40

1/2 x 20 x 30" 4.10

1/2 x 30 x 36" 4.75

1/2 x 22 x 24" 5.00

1/2 x 22 x 30" 6.30

1/2 x 22 x 36" 6.75

Broche galvanisée, etc.

Nous cotons :

No 9 les 100 lbs. 2.25

No 12 les 100 lbs. 2.40

No 13

Poli brûlé :

No 0 à 9

No 10

No 11

No 12

No 13

No 14

No 15

No 16

Brûlé, p. tuyaux 100 lbs. No 18 3.85

Brûlé, d. tuyaux 100 lbs. No 19 4.70

Extra pour broche huilée, 10c p. 100 lbs

Broche à foin

Rare, très ferme et à la hausse.

Forte demande.

Nous cotons net :

Marché très ferme.

No 13, \$2.40; No 14, \$2.45 et No 15,

\$2.55. Broche à foin en acier coupé de

longueur, escompte 25 p.c. sur la liste.

Plaques d'acier

1/2 pouce 100 livres 2.40

3/16 pouce 100 livres 2.60

Zinc en feuilles

Le marché est ferme.

Nous cotons : \$8.75 à \$9.00 les 100 lbs.

Coudes pour tuyaux

Nous cotons à la doz. : coudes ronds

ordinaires 75 feuilles, \$1.10; 60 feuilles,

\$1.35 et polis, 60 feuilles, \$1.60.

Broche moustiquaire

Très ferme et à la hausse.

Nous cotons : broche noire, \$1.50 par

rouleau de 100 pieds.

Broquettes

Pour boîtes à fraises 75 et 12 1/2 p.c.

Pour boîtes à fromage 85 et 10 p.c.

A valises 80 et 12 1/2 p.c.

les 100 lbs. 2.50

les 100 lbs. 2.35

les 100 lbs. 2.35

les 100 lbs. 2.42

les 100 lbs. 2.60

les 100 lbs. 2.70

les 100 lbs. 2.80

les 100 lbs. 2.85

les 100 lbs. 3.00

100 lbs. No 18 3.85

100 lbs. No 19 4.70

10c p. 100 lbs

A tapis, bleues 80 p.c.

A tapis, étamées 80 et 15 p.c.

A tapis, en barils 40 p.c.

Coupées bleues, en doz. 75 et 12 1/2 p.c.

Coupées bleues et 1/2 pe-

santeur 60 p.c.

Sweedeen, coupées, bleues

et ornées, en doz. 75 p.c.

A chaussures, en doz. 50 p.c.

A chaussures, en pçts 1 lb. 60 et 10 p.c.

Clous de broche

Nous cotons : \$2.40 prix de base, f.o.b.,

Montréal.

Clous coupés

Nous cotons : prix de base, \$2.60 f. o.

b., Montréal.

Clous à cheval

Nous cotons par boîte : No 7, \$2.90;

No 8, \$2.75; No 9, \$2.60; No 10, \$2.50

avec escompte de 10 p.c.

Fers à cheval

Nous cotons f.o.b., à Montréal :

No 2 No 1

Neverslip crampons, 1/2 le cent 3.80

et plus et plus

grand petit

Fers ordinaires et

pesants le qrt 3.90 4.15

Neverslip crampons 7/16, le cent 2.40

Neverslip crampons, 1/2 le cent 2.60

Neverslip crampons, 9/16 le cent 2.80

Neverslip crampons, 5/16 le cent 2.00

Neverslip crampons, 1/2 le cent 2.20

Fer à neige le qrt \$4.15 4.40

New Light Pattern le qrt \$4.35 4.60

Fer "Toe Weight" No 1 à 4 6.75

Featherweight Nos 0 à 4 5.75

Fers assortis de plus d'une grandeur au

baril, 10c à 25c extra par baril.

Chaînes en fer

Très ferme.

On cote par 100 lbs :

3/16 No 6	10.00
3/16 exact 5	8.50
3/16 Full 5	7.00
1/2 exact 3	6.50
1/2	6.50
5/16	4.40
1/2	3.90
7/16	3.80
1/2	3.70
9/16	3.60
1/2	3.40
1/2	3.30
1	3.30
1/2	3.30

Vis à bois

Les escomptes à la liste sont de

Tête plate, acier	85	10 et 7 1/2 p.c.
Tête ronde, acier	80	10 et 7 1/2 p.c.
Tête plate, cuivre	75	10 et 7 1/2 p.c.
Tête ronde, cuivre	70	10 et 7 1/2 p.c.
Tête plate, bronze	70	10 et 7 1/2 p.c.
Tête ronde, bronze	65	10 et 7 1/2 p.c.

Fanaux

Nous cotons:

Wright No 3	doz.	8.50
Ordinaires	doz.	4.75
Dashboard C. B.	doz.	9.00
No 2	doz.	6.75

Peints, 50c extra par doz.

Tordeuses à linge

Nous cotons:

Royal Canadian	doz.	\$47.75
Colonial	doz.	52.75
Safety	doz.	56.25
E. Z. E.	doz.	51.75
Rapid	doz.	46.75
Paragon	doz.	54.00
Bicycle	doz.	60.50

Moins escompte de 20 p.c.

Munitions

L'escompte sur les cartouches canadiennes est de 30 et 10 pour cent.

Plomb de chasse

Nous cotons net:

Ordinaire	100 lbs.	10.00
Chilled	100 lbs.	10.40
Buck and Seal	100 lbs.	10.80
Ball	100 lbs.	11.20

METAUX

Antimoine

Le marché est sans changement. \$10.50 à 11.00.

Fonte

Nous cotons:

Carron Soft	24.50
Clarence No 3	24.50

Fer en barre

Plus ferme.

Fer marchand	base 100 lbs.	2.15
Fer forgé	base 100 lbs.	2.30
Fer fini	base 100 lbs.	2.40
Fer pour fers à cheval	base 100 lbs.	2.40
Feuillard mince 1 1/2 à 2 pcs	base	3.20
Feuillard épais No 10	base	2.25

Acier en barre

Nous cotons net, 30 jours:

Acier doux base 100 lbs.	0.00	2.25
Acier à rivets base 100 lbs.	2.10	2.25
Acier à lisse base 100 lbs.	0.00	2.25
Acier à bandage base 100 lbs.	0.00	2.25
Acier à machine base 100 lbs.	0.00	2.25
Acier à pince base 100 lbs.	0.00	2.95
Acier à ressorts base 100 lbs.	2.75	3.10

Cuivre en lingots

Le marché est très fort et les prix sont en hausse de 25c par 100 livres.
Nous cotons \$19.25 à \$19.50 les 100

lbs. Le cuivre en feuilles est coté à 27c. la livre.

Etain en lingots

Nous cotons: 54 1/2 à 55c ferme les 100 lbs.

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

Plomb en lingots

Plus faible.

Nous cotons: \$5.25 à \$5.50.

Zinc en lingots

La demande est très forte.

Nous cotons: \$7.50 à \$7.75 les 100 livres.

HUILES, PEINTURES ET VITRERIE

Huile de lin

Forte demande et les stocks sont très bas.

Nous cotons au gallon, prix nets: huile bouillie 63c, huile crue 60c.

Huile de loup-marin

Nous cotons au gallon: Huile extra raffinée 70c

Essence de térébenthine

Nous cotons 70c le gallon par quantité de 5 gallons et 65c le gallon par baril.

Blanc de plomb

Marché très ferme.

Les prix sont en hausse de 15c.

Blanc de plomb pur	8.25
Blanc de plomb No 1	7.60
Blanc de plomb No 2	7.30
Blanc de plomb No 3	7.00
Blanc de plomb No 4	6.75

Pitch

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

Peintures préparées

Nous cotons:

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

Verres à Vitres

Les prix sont très fermes.

Le marché Belge augmente continuellement ses prix.

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

Double Diamond, 100 pieds: 6 à 25, \$5.00; 26 à 40, \$5.45; 41 à 50, \$6.25; 51 à 60, \$6.75; 61 à 70, \$7.25; 71 à 80, \$12.50; 81 à 85, \$7.75; 86 à 90, \$8.50; 91 à 95, \$10.00.

Vert de Paris pur

1c d'avance par livre sur toute la ligne.

Nous cotons:

Barils à pétrole	0.00	0.17
Drum de 50 à 100 lbs.	0.00	0.18 1/2
Drums de 25 lbs.	0.00	0.18 1/2
Boîtes de papier, 1 lb.	0.00	0.20 1/2
Boîtes de fer-blanc, 1 lb.	0.00	0.21 1/2
Boîtes papier, 1/2 lb.	0.00	0.22 1/2
Boîtes fer-blanc, 1/2 lb.	0.00	0.23 1/2

Câbles et cordages

Nous cotons:
Best Manilla base lb. 0.00 0.17

British Manilla	base lb.	0.00	0.13
Sisal	base lb.	0.00	0.12
Lathyrn simple	base lb.	0.00	0.12
Lathyrn double	base lb.	0.00	0.12 1/2
Jute	base lb.	0.00	0.11
Coton	base lb.	0.00	0.25
Corde à chassis	base lb.	0.00	0.34

Papiers de Construction

Très ferme.

Nous cotons:

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

Charnières (couplets) No 840

1 1/2 pouce	0.67
1 3/4 pouce	0.75
2 pouces	0.81
2 1/2 pouces	0.93
2 3/4 pouces	1.07
3 pouces	1.30

Nos 800 et 838

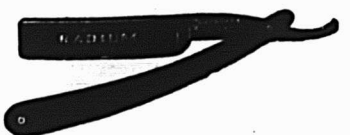
1 pouce	0.32
1 1/2 pouce	0.37
1 3/4 pouce	0.48
1 1/2 pouce	0.59
2 pouces	0.67
2 1/2 pouces	0.76
2 3/4 pouces	0.81
2 1/2 pouces	0.95
3 pouces	1.07
3 1/2 pouces	1.49
4 pouces	2.12

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

FERRAILLES

La lb.	
Cuivre fort et fil de cuivre	0.00 0.11
Cuivre mince et fonds en cuivre	0.00 0.09
Acier rouge fort	0.00 0.10
Laiton jaune fort	0.00 0.08
Laiton mince	0.00 0.06
Plomb	0.02 0.02 1/2
Zinc	0.00 0.03
La tonne.	
Fer forgé No 1	0.00 12.50
Fer fondu et débris de machines No 1	0.00 16.00
Plaques de poêle	0.00 12.50
Fontes et aciers malléables	0.00 9.00
Pièces d'acier	0.00 5.00
La lb.	
Vieilles claques	0.00 0.08

RASOIR "RADIUM" de H. BOKER & CO.



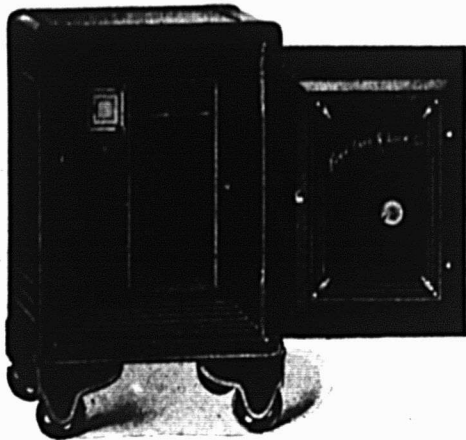
Affilé par les ouvriers les plus habiles, tout experts dans leur partie la m tère, la m in d'oeuvre et le fini de ces Rasoirs sont parfaits; chaque Rasoir est garanti durer la vie d'un homme, Demandez notre Brochure Gratuite.

"Some pointers for Gentlemen who have their selves"
(Quelques indications pour les hommes qui se rasent eux-mêmes).

McGILL CUTLERY Co., Regd
Boite Postale, 580, Montréal.

MONSIEUR LE MARCHAND,

Malgré tout votre savoir, toute votre science des affaires, toute votre honnêteté, toute votre prospérité passée, le résultat de vos efforts de tant d'années est à la merci d'un incendie impossible à prévoir, si vous ne prenez la précaution de garantir du feu tout ce qui constitue et établit votre richesse: valeurs, papier d'affaires, livres de comptabilité, etc. Cette considération ne vaut-elle pas qu'on s'y arrête et n'est-il pas évident que la plus élémentaire sagesse vous dicte l'achat d'un coffre-fort spécial incombustible.



Écrivez-nous pour tous renseignements à ce sujet

J. A. YOUNG, J. E. BEDARD, & A. H. E. F. EGLETON

THE CANADIAN YORK SAFE CO'Y

HAMILTON, Ont.

SHERBROOKE, Qué.

CONSIGNATIONS.

La Cie Canadienne de Produits Agricoles,
LIMITÉE,

A cause de sa clientèle nombreuse et choisie, disposera
AVEC AVANTAGE

De toutes les consignations qui lui seront faites de

Beurre, | Oeufs,
Sirop d'Erable, | Sucre d'Erable,
Fromage, etc.

Remise est toujours faite sans délai.

Adresse: **La Cie Canadienne de Produits Agricoles,**
38-40 PLACE YOVILLE, MONTREAL.

Tel. Bell Main 3152-4010.

PAPIER

POUR

MIMEOGRAPH

Demandez à votre LIBRAIRE
la marque "Northern Mills,"
qualité supérieure pour PAPIER
A COPIE.

Manufacturée par la

Compagnie des Moulins
DU NORD

278 rue St-Paul, Montréal.

LA CONSTRUCTION

LA CONSTRUCTION.

Durant la semaine terminée le 4 janvier, la ville a accordé neuf permis de construire, au coût total de \$21,650 pour les nouvelles constructions et de \$12,540 pour les réparations.

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

Quartier.	Coût.
Hochelaga	\$14,540
Laurier	14,000
St-Anne	4,800
St-Denis	350
St-Henri	200
St-Laurent	150
St-Marie	150
Total	\$34,100

Rue Ontario Est, quartier Hochelaga; 1 maison, 1 écurie, 2 étages, 2e classe; coût prob., \$7,100. Propriétaire, M. L. H. & P. Co., Power Bldg., Ville.

Rue Bernard, quartier Laurier; 2 maisons, 4 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$14,000. Propriétaire, Honoré Nadon, 1955 St-Laurent.

Rue Harbour, quartier Hochelaga; rép., 1 maison, 1 hangar, 1 étage, 3e classe; coût prob., \$7,440. Propriétaire, Montreal Tramways Co., 78 Craig Ouest.

Rue William, quartier Ste-Anne; rép., 1 maison, 1 hangar; coût prob., \$3,500. Propriétaire, Montreal Tramways Co., 78 Craig Ouest.

Rue William, quartier Ste-Anne; rép.,

1 maison, 1 hangar; coût prob., \$1,300. Propriétaire, Montreal Tramways Co., 78 Craig Ouest.

NOUVEAUX BREVETS

Nos lecteurs trouveront plus bas une liste de brevets canadiens et américains récemment obtenus par l'entremise de M.M. Marion & Marion, Solliciteurs de Brevets, Montréal, Canada, et Washington, E. U.

Tout renseignement à ce sujet sera fourni gratis en s'adressant au bureau d'affaires plus haut mentionné.

Nos. Canada

144,749 — M.M. Gustafsson & Hede, Malmo, Suède. Perche armée pour lignes aériennes.

144,790 — Traugott Golde, Gera, Alle. Capote de voiture.

144,805 — Ferdinand Koch, Berlin, Alle. Pesée.

144,876 — Karl J. A. Viren, Kristinehamn, Suède. Dispositif de sûreté pour régulateur de turbines.

144,924 — Saluste Cloutier, St-Pamphile, Québec. Générateur de gaz acétylène.

144,955 — F. X. A. Lauzon, St-Joseph du Lac, Québec. Evaporateur.

144,956 — Robert Lejmark, Stockholm, Suède. Murs de briques creuses.

144,973 — Cléophas Rousseau, Ste-Cécile de Whitton, Qué. Liniment.

144,980 — Arthur H. Wright, Sydney, Australie. Machine pour marquer les matières postales.

Nos. Etats-Unis

1,047,495 — M.M. A. et J. Burfoot, Auckland, Nouvelle-Zélande. Roue pneumatique.

1,048,320 — Hermann H. V. Koelle, Montréal, Qué. Char à un seul rail et mécanisme de traction.

"Le Guide de l'Inventeur" sera envoyé à toute adresse sur demande.

Frappez Levez Enfoncez



DOUBLE CLAW

Marteaux à Doubles Serres

Le marteau le plus commode qui soit. Tirez-en profit. Vendu par tous les Marchands de Gros Canadiens. Il arrache les clous droits sans besoin d'appui.

DOUBLE CLAW HAMMER CO.

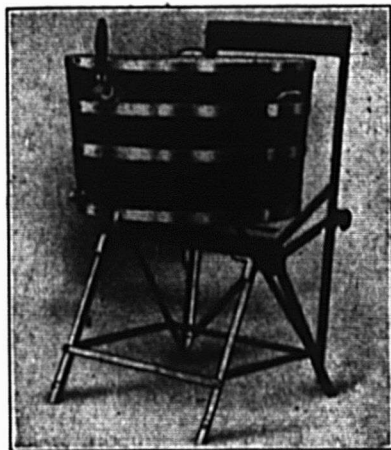
453

Broadway
Brooklyn,
N.Y.



Le début

La fin



La Laveuse "Blue Belle" de Maxwell

Est une laveuse qui travaille remarquablement vite et facilement, à mouvement alternatif. Lorsque la cuve fonctionne dans un sens, la table à friction tourne dans le sens opposé. Cette double action qu'on ne trouve que dans les machines "BLUE BELLE", économise beaucoup de temps. Les ressorts à réaction double et les coussinets sur billes contribuent à en rendre l'actionnement facile. La cuve a le grain du chêne et le cadre en acier-cornière est fini à l'aluminium.

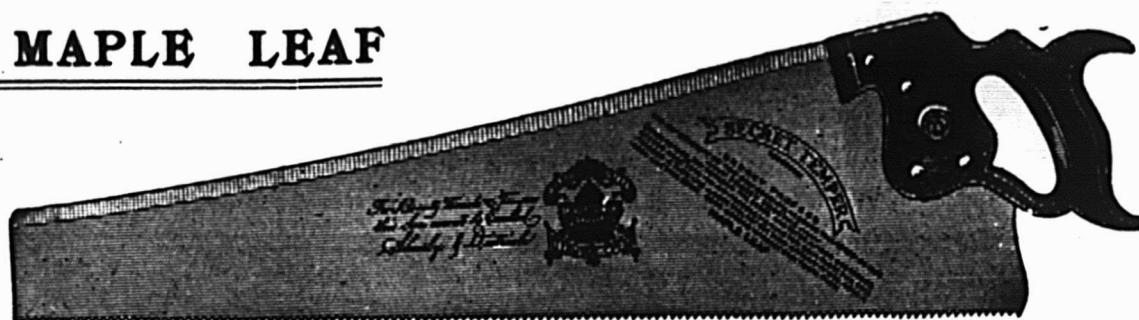
DEMANDEZ NOTRE CATALOGUE DE LAVEUSES

DAVID MAXWELL & SONS, St. Mary's, Ont
AGENCE A MONTREAL 446-448 Rue St. Paul.

SCIES MAPLE LEAF

Nos Scies
sont trempées
au moyen
d'un procédé
secret.

Satisfaction
garantie.



THE MAPLE LEAF
SAW WORKS

SHURLY-DIETRICH CO., LIMITED, Galt, Ont.

RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX

(Suite de la page 37)

Obligations

Urbain Levasseur à Ernest Lacerte, Yamachiche; Richard Godin à Alphonse Toupin, Trois-Rivières; Arthur Lemieux à Elie Leblanc, Trois-Rivières; Dame J. W. L. Forget à La Cie d'Immeubles, Shawinigan Falls; Ernest Pellerin à Antoine Duchaine, Ste-Flore; Adolphe Girard à Dionis Dupont, Grand-Mère; L. Geo. Laperrière à Ephrem Villeneuve, Ste-Flore; Edmond Doyon à Dame Alp. Lemay, Grand-Mère; Ephrem Duchaine à Jos. Alran, Trois-Rivières; Euch. Brosseau à Vve Adolphe Goulet, Trois-Rivières; Amédée Bouvette à Rose Lehouillier, Shawinigan Falls.

Lettres patentes

Gouvernement de Québec à Louis Robert, Belleau.

Vente à réméré

Frs. Boucher à Arthur Gélinas, Ste-Flore.

Transports

Phi. Gouin, Jr., à Marie Lupien, Beau-lieu; Désaulniers & Lajoie à R. S. Cooke, Trois-Rivières; Dydime Boisvert à Onésime Hébert, Ste-Flore.

Baux

Dame Uldéric Martel à Gouverne-

ment de Québec; Dame Uldéric Martel à Jobin & Rivard, Trois-Rivières.

Echange

Edouard Charette à Joseph Crevier, St-Barnabé.

Cession

Thomas Bournival à Euch. Brosseau, Trois-Rivières.

Hypothèque

Dr P. Milette à Caisse Populaire St-Etienne, St-Etienne.

Jugements

J. W. L. Forget vs. The Maple Grove Sugar Co., Trois-Rivières, \$11.50; Félix Brosseau vs. John Giroux, St-Adelphe, \$72.00; Amédée Bouvette vs. Geo. King, Shawinigan Falls, \$10.00; J. A. Vandal vs. Albert Mongrain, St-Séverin, \$77.66; Librairie Beauchemin vs. Ferdinand Garceau, St-Elie, \$20.00.

JOURNAL DE LA JEUNESSE. — Sommaire de la 2089e livraison (14 décembre 1912). — Les pirates de l'air, par Pierre Vernon. — Ombres chinoises, par André Savignon. — Stella Mia, par H. A. Dourliac. — La télégraphie sans fil, à la portée de tout le monde pour recevoir les messages à domicile, par Gabriel Renaudot.

Abonnements—France: Un an, 26 fr.; Six mois, 14 fr. Union Postale: Un an, 28 fr.; Six mois, 15 fr.

Le numéro: 50 centimes.
Librairie Hachette et Cie, 79, boulevard St-Germain, Paris

Les Tribunaux

PROVINCE DE QUEBEC

COUR SUPERIEURE.

ACTIONS.

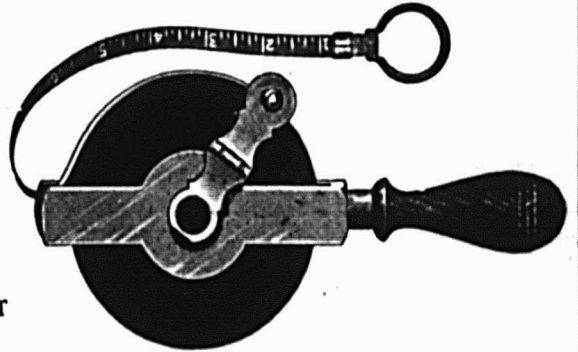
Défendeurs	Demandeurs	Montants
	Beloeil.	
Suss. Ferdinand Riendeau	D. A. Lafortune	146
	Chambly Bassin.	
T. B. de Grosbois et al.	Noël Lareau, 1ère classe	
	Dalhousie.	
Louis Sauvé	K. McLennan	100
	Lachenaie.	
Delphis Gaudreau	Gaudreau Lachenaie Brick Co.	
J. Tancrede Morin, Montréal	J. T. Morin & Co.	
	Ls. Lachapelle	202
	North Nation Mills.	
Abel Waters	Cie Laiterie St-Laurent	120
	St-Eustache.	
Geo. Lauzon	E. Pélissier	125
	St-Laurent.	
Ville St-Laurent	The Mount East Public Service Corp., 1ère classe	
	St-Martin.	
Casimir Clermont, jr.		

LES GALLONS DE MESURE DOIVENT ÊTRE EXACTS.

Pour se bien vendre, ils doivent être du modèle le plus perfectionné ; particulièrement adaptés pour chaque sorte d'ouvrage ; durables et fiables,

Ceux qui portent cette marque de commerce

LUFKIN



sont les meilleurs parcequ'ils ont toujours donné satisfaction. ILS SONT FAITS EN CANADA.

En vente chez tous les marchands de gros **THE LUFKIN RULE CO. OF CANADA, LTD.** Catalogue sur demande **WINDSOR, ONT.**

LA PRINCIPALE DIFFICULTÉ qui se présente à l'homme inexpérimenté entrant dans l'Assurance-Vie, c'est de trouver des hommes Bons à Assurer. Cette difficulté disparaît quand vous travaillez pour une *Compagnie Industrielle*, dont les débits sont une mine inépuisable à la fois pour les affaires ordinaires et les affaires industrielles.

THE UNION LIFE ASSURANCE COMPANY

BUREAU-CHEF A TORONTO, CAN.

Plus de porteurs de polices au Canada que dans toute autre Compagnie Canadienne

D'accès aisé, Tranquille, Élégant, Pour Hommes d'Affaires Familles et Touristes.

HOTEL SOUTHERN 54e Rue, près de Broadway. NEW - YORK.

(À l'épreuve du feu.) (Amenagement moderne).

HÔTES PERMANENTS ET DE PASSAGE.

Au centre du quartier des théâtres et des magasins. Les chars pour toutes les gares de chemin de fer passent devant la porte.
Salon, Chambre à Coucher et Salle de Bains, \$3.50, \$4.00 et plus par jour.

Chambre Simple et Salle de Bains, à partir de \$1.50 et \$2.00 par jour.
Chambre Double et Salle de Bains, à partir de \$2.50 et \$3.00 par jour.
Prix spéciaux à la semaine.—Restaurant à la carte.

Plan Européen.

J. G. VENETOS, Propriétaire.

Demandez une Brochure.

JOURNAL DE LA JEUNESSE

Sommaire de la 2090^e livraison (21 décembre 1912).—Les Pirates de l'air, par Pierre Vernon.—Les Crèches de Noël, par C. de Néronde.—Stella Mia, par H. A. Dourliac.—La Saint Nicolas, par Jacques Freneuse.

ABONNEMENTS:

France: Un an, 26 fr.—Six mois, 14 fr.
Union Postale: Un an, 28 fr.—Six mois, 15 fr.
Le numéro: 50 centimes.

Librairie Hachette et Cie, 79, Boulevard Saint-Germain.

Ferrier Vincent asmin, Cartier-ville	W. McClary Mfg. Co.	244	Harmer Charles Montreal Opera Co.
Ls. Jauron 800	Québec.		D. McCrory Stroud & Sons
Ste-Rose.			Joseph Laplante Wilf. Champagne
Emile Charbonneau L. Pesant 129	J. A. Cloutier Friedman Bros.	390	J. B. Poulin Goodwins Limited
Shawinigan Falls.	Rapide de l'Original.		R. Parenteau Ub. Beaudoin
T. N. Normand			Eugène Simard Poirier Bessette & Co.
Lewis Bros., Ltd. 119	Ida Fitzpatrick, épouse de Henri		N. Cournoyer Locomotive Works
Terrebonne.	Etienne Parent		Henri Langlais F. D. Shallow
Rodrigue Masson	Robert Geo. Ponselles, New-York		Evariste Servant Canada Car Co.
J. O'Leary & Co. 119	H. E. Parent & Co., Rapide de l'Original		J. A. Perrier Goodwins Limited
Waterville.			
Frs. G. Gale	F. Préfontaine & Co.	750	
Geo. Gale & Sons, Montréal	St-Pierre.		
Atlas Construction Co. 1867	Macleire Brosseau		
	P. St-Pierre	132	

COUR SUPERIEURE.

JUGEMENTS RENDUS.

Défendeurs	Demandeurs	Mon-tants
J. E. Dastous	Priceville.	

LA LOI LACOMBE

Employés	Employeurs
Depêtre Oscar	M. Marien barbier

JOURNAL DE LA JEUNESSE. —

Sommaire de la 2091^e livraison (21 décembre 1912). — Les pirates par Pierre Vernon. — Excursion le monde de la mer, par Gabriel. — Ce qu'on peut faire d'Inde, par D. Bellet. — Stella H. A. Dourliac. — Le vrai dieu par Jacques Freneuse.
Abonnements—France: Un an, Six mois, 14 fr. Union Postale: 28 fr.; Six mois, 15 fr.
Le numéro: 50 cent
Librairie Hachette et Cie, St-Germain, Paris

\$ 100,000.00

De Vins de Choix de Toutes Sortes

INVENTAIRE 1^{er} FEVRIER INVENTAIRE

Nous faisons notre inventaire le premier février, et les vins plus bas mentionnés, de même qu'un grand nombre d'autres lignes bien connues, doivent être vendus avant cette date. Nous avons le choix, Nous avons la qualité.

1000 FUTS Comprenant

LES VINS SHERRY	de Diez Hermanos,	Jerez de la Frontera
" " PORTO	de Real Compania,	Vanicola Del Norte du Portugal
" " PORTO	de E. Bartissol	Portugal
" " TARRAGONE	(Rouges et Blancs) de Fenech Artell	
" " De MESSE	Sanctuaire et Vatican	Tarragone
" " CLARETS	A. Delor & Cie,	Bordeaux

5000 CAISSES DE VINS Comprenant

LES VINS SHERRY DE DIEZ : marques "Favorito", Oloroso, Pureza, Amontillado, Solariego, Vino Parar Consacrar, etc.

LES VINS PORTO DE REAL COMPANIA : marques Minerva, Braganza, Doctor Spécial, Port Blanc, King Emmanuel, etc.

LES VINS DU RHIN DE F. KROTÉ : Niersteiner, Laubenheimer, Hockheimer, Braumberger, Steinwein, Rudisheimer, Liebfraumilch, Royal Schargberg, etc., etc.

LES VINS DE BOURGOGNE DE MORIN, PERE & FILS : Macon, Pommard, Beaune, Nuits, Chablis, Bourgogne Mousseux, Marc de Bourgogne, Beaujolais, Chambertin, Oeil-de-Perdrix, etc.

LES VINS BORDEAUX A. DELOR & CIE : Medoc, St-Julien, Chateau des Jacobins, St-Estephe, Pauillac, Pontet Conet, Pape Clement, Graves, Barsac, Haut Sauternes, Ch. Yquem, etc.

VIN TONIQUE : Banyuls, Dijou, Bartissol
" APERITIF : Bacchus, Asarrazin,

REMARQUE : Nous paierons l'express sur tout ordre de vins dans les provinces d'Ontario et de Québec.

Champagne

PIPER HEIDSIECK

Champagne Cardinal, Champagne Duc de la Grange.

EGRIVEZ, TELEPHONEZ, TELEGRAPHIEZ.

APORTE, MARTIN & CIE, Limitée. 568 Rue St-Paul, Montréal. Tel. Main 3766

Le Rasoir de Sûreté de GILLETTE

N'est Pas Trop Dispendieux

Il y a encore quelques marchands et commis (nous ne pouvons pas qualifier de "vendeurs") qui soutiennent que le Rasoir de sûreté de GILLETTE est trop dispendieux pour se bien vendre. Ils estiment qu'il est plus facile d'offrir un rasoir à bon marché que de vendre un GILLETTE à Cinq Dollars.

C'est un mauvais commerce basé sur une fausse impression.

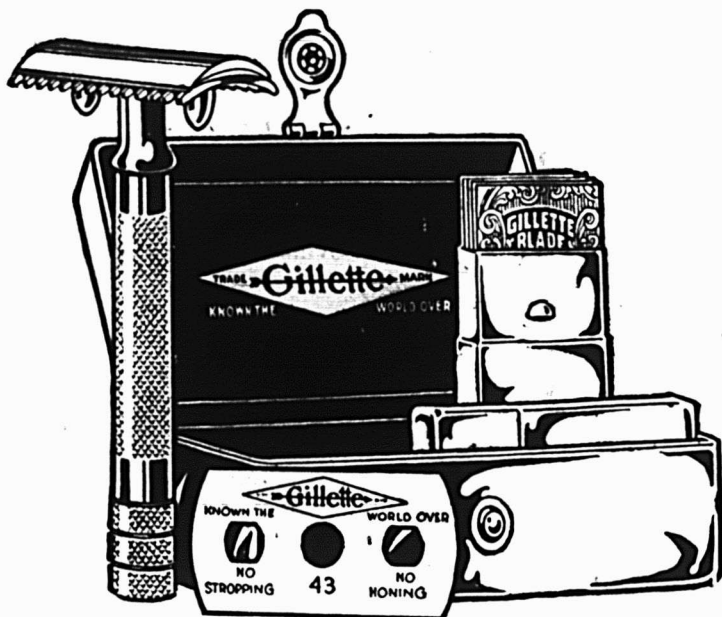
Vos clients **Peuvent** dépenser Cinq Dollars pour un rasoir. Les habits qu'ils portent—les améliorations qu'ils apportent à leur intérieur—les automobiles que quelques uns d'entre eux possèdent—sont des **preuves** suffisantes de ce **qu'ils ont de l'argent**.

Et le **GILLETTE vaut l'argent**. C'est une meilleure valeur à Cinq Dollars que ne le sont, à leur prix, les rasoirs à meilleur marché.

Le GILLETTE est le seul et unique rasoir dont le principe soit absolument exact. La lame, mince comme un papier et trempée à l'électricité, rigidement cambrée dans le cadre convexe de GILLETTE, n'a pas d'égale pour raser rapidement, de près et agréablement. De plus, le GILLETTE peut durer toute une vie.

Le GILLETTE a été annoncé si intensivement et si bien, que presque tout le monde le reconnaît comme le meilleur rasoir fabriqué.

Etant donné que le client a l'argent et qu'un rasoir est reconnu comme valant le prix qu'on en demande, êtes-vous assez bon vendeur pour obtenir le prix ? Vous rendrez un réel service au client et, en retour, vous vous assurerez la vente des lames, ce qui vous sera une meilleure récompense que si vous l'aviez laissé partir avec un rasoir à bon marché.



The Gillette Safety Razor Co.
of Canada, Limited

Bureau et Manufacture
Nouvel Edifice Gillette,
Montréal.

