

# LE PRIX COURANT



Fondé en 1887.

MONTREAL, VENDREDI, LE 9 MAI 1913.

Vol. XLVI—No 19



## LEA and PERRINS SAUCE



La Sauce Worcestershire d'Origine Authentique  
**"La Favorite de l'Univers"**

Employée et préférée dans tous pays civilisés du globe.

Imitée partout, mais  
 jamais égalée. :-: :-:

**J. M. Douglas & Co.**

MONTREAL,

Agents Canadiens.



# La Poudre " MESSINA "

## pour Limonade

est protégée par une marque de fabrique perpétuelle, obtenue conformément à l'acte du Parlement du Canada en l'année mil huit cent soixante quatorze par

### ROSENHEIM & JONAS

et enregistrée au bureau des ministres de l'agriculture sous le titre No 3 Folio 523 sur le registre des Marques de Fabrique.

Les fabricants ou vendeurs d'imitations seront poursuivis avec toute la rigueur de la loi.

## HENRI JONAS & CIE.,

SEULS PROPRIETAIRES

### MONTREAL.

### Directions pour l'usage de la poudre à Limonade "MESSINA"

Dissolvez 1 à 2 cuillerées à thé dans un verre d'eau, il n'y a pas besoin de sucre.

Le contenu de ce paquet fournira deux gallons de bonne limonade.



# Des Propos qui sont Profitables

Causez à vos clients des Fèves Cuites "SIMCOE" qui sont moins chères et meilleures.

Le prix et la qualité constituent un sujet de conversation absolument convaincant.

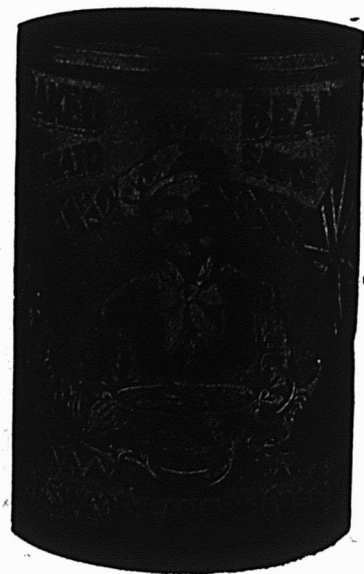
## Les Fèves Cuites "SIMCOE"

sont préparées de telle façon que tous les principes nutritifs sont gardés. Le Lard et les Sauces y sont ajoutées pour leur donner du piquant.

Remarquez la saveur exquise de la Sauce Tomate en les comparant aux autres Fèves.

**DOMINION CANNERS**  
LIMITED

**Hamilton, - - - Canada**



**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 après les derniers renseignements fournis par les agents, représentants ou manufacturiers eux-mêmes.

**WALTER BAKER & CO., LTD.**



Registered Trade-Mark

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, 1/4, 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, LIMITED.**

**Farines préparées de Brodie** La doz.  
 Red XXX pqts de 6 lbs. 3.10  
 Red XXX pqts de 3 lbs. 1.60  
 Crescent pqts de 6 lbs. 2.90  
 Crescent pqts de 3 lbs. 1.50  
 Superb pqts de 6 lbs. 2.70  
 Superb pqts de 3 lbs. 1.40  
 Buckwheat pqts de 3 lbs. 1.60  
 Buckwheat pqts de 6 lbs. 3.10  
 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"** La lb.  
 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"** La lb.  
 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 1.50  
 Lait Laurentia cse 20 chopines 1.50  
 Lait Laurentia cse 24 demiards 1.20

**WILLIAM CLARK Montréal**

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

Compressed Corned Beef 2s 3.75  
 Lunch Ham 1s 2.25  
 Lunch Ham 2s 3.50  
 Ready Lunch Beef 1s \$2.25 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 1s 2.50  
 Roast Beef 1s 2.25 2s 3.75  
 Ready Lunch Loaves, Veau Jambon, Boeuf, assortis 1/2s 1.60  
 Ditto 1s 2.75  
 Boeuf Bouilli 1s 2.25  
 Boeuf Bouilli 2s 3.75  
 Boeuf Bouilli 6s 13.00



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



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

# 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.**

# L'Habitude Grandit

## MEADOW

### CREAM SODAS

Prenez l'habitude de tenir nos MEADOW CREAM SODAS et observez l'augmentation des affaires et des profits.

THE

W. J. CROTHERS CO., Ltd.

KINGSTON, Ont.

Force

Votre

Pureté

garantie de profit est dans

## Le Soda à Pâte

# “COW BRAND”



à cause de sa popularité auprès des ménagères.

Commandez-en à votre marchand en gros.

## CHURCH & DWIGHT

LIMITED

Manufacturiers

Uniforme

MONTREAL

Digne de  
Confiance



### POUR MESURER L'HUILE.

Notre système fait disparaître tous les inconvénients : la mauvaise odeur, la malpropreté pour les mains et les habits.

Adoptez sans tarder le

Autrefois

## SYSTEME BOWSER

Pour Mesurer l'Huile.

A Présent avec le Système Bowser

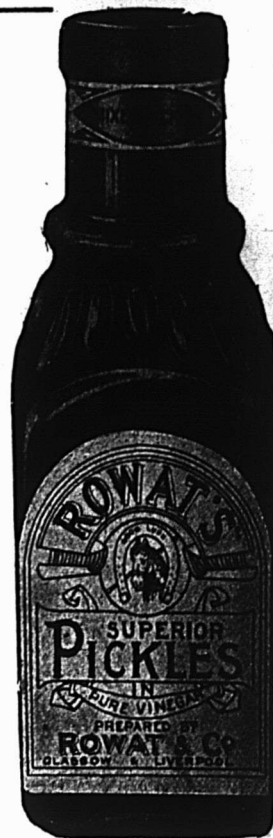
Réservoir à l'épreuve du feu. Mesure n'importe quelle quantité, conditions faciles, paiement à tant par mois, grandeurs assorties, prix variés. Demandez notre catalogue No. 8 F. Ecrivez en français.



S. F. Bowser & Cie.,  
Inc.  
66-68 Ave Fraser  
Toronto, Ont.

## Les PICKLES de ROWAT

La coopération est le secret du succès qui a toujours été le lot de tous ceux qui ont tenu nos marques bien connues de pickles. Notre rôle est de maintenir leur haute qualité et de faire nos livraisons promptement ; le vôtre est de recueillir les bénéfices provenant de l'augmentation constante du chiffre des affaires ainsi que l'appréciation de vos clients.



## ROWAT & CO.

Glasgow - Ecosse

AGENTS VENDEURS AU CANADA :

Snowdon & Ebbit, 325 Edifice Coristine, 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.



Pork and Beans, boîtes hautes Plain	3s	1.35
Pork and Beans, sauce Chili	1s	0.60
Pork and Beans, sauce Chili	2s	0.95
Pork and Beans, sauce Chili	3s	1.15
Ox tongue	1½s	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	11.00

**Potted Meats**

La lb.

Ham, Tongue, Beef and Veal, ½ 0.50	1s	1.00
Tongue, Ham and Veal, pâté	1s	1.20
Pâtés de Foie	1s	0.90
Pâtés de Foie	1s	1.35
<b>Soupes</b>	La doz.	
Chicken	pqts	1.10
Mulligataknay, Oxtail, Kidney Tomato, Vegetable, Mock Turtle, Consommé, Pois	pqts	1.00
<b>Mince Meat</b>	La doz.	
(Tins fermées hermétiquement.)		
1s \$1.25, 2s 1.95, 3s 3.00, 4s 4.00, 5s 5.00		



Plum-Pudding Anglais	1s	1.90
Plum-Pudding Anglais	2s	2.40

Boeuf fumé en tranches "In-glass"	1s	1.50
Boeuf fumé en tranches "In-glass"	2s	2.10
Boeuf fumé en tranches "In-glass"	1s	3.35

**J. M. DOUGLAS & Co., Montréal.**



**Bleus à laver**  
La lb.  
"Blueol", boîtes 10 lbs., 50 pqts de 4 carrés, 15c  
"Sapphire" btes de 14 lbs. pqts de ½ lb.  
"Union", boîtes 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. Boîtes 3 doz. chaque (assorties), par doz. 0.45  
Paquets, 5c. par doz. de bandes de 5 chaque 2.25  
(ou en boîtes de 40 bandes \$7.50 par boîte.)  
Canistres, 15c. Boîtes 3 doz., grandeur, 4 oz., par doz. 1.45  
Canistres, 25c. Boîtes 2 doz., 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, Boîte de Famille (4 doz. par caisse) 3 90  
Marque Reindeer Jersey, Boîte moyenne (4 doz. par caisse) 4.50  
Marque Reindeer Jersey, Boîte d'hôtel (2 doz. par caisse) 4.25  
Carque Reindeer Jersey, Gallon (½ douzaine par caisse) 4.75  
**Café (avec Lait et Sucre)**  
Marque Reindeer (2 doz. par cse) 5.00  
Marque Regal (2 doz. par cse) 4.50  
Marque Reindeer, en jarres en verre (2 doz. par caisse) 6.20  
**Cacao (avec Lait et Sucre)**  
Marque Reindeer (2 doz. par cse) 4.80  
Limite de fret: 50c par cwt.  
Conditions: Net 30 jours, sans escompte.



**Lait et Crèmes Condensés.**

St. Charles "Family" 3.90  
St. Charles "Hotel" 4.25  
Lait "Silver Cow" 5.40  
"Purity" 5.25  
"Good Luck" 4.50



**Lait condensé.**

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

**Lait évaporé.**

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

# LE NOM DE "FAIRBANK" GARANTIT LE SAVON

## LE SAVON FAIRY

Étalez le SAVON FAIRY bien en vue, en tous temps, car sa publicité intensive et constante relie VOTRE MAGASIN à NOTRE PUBLICITÉ.

Le morceau de SAVON FAIRY ovale, flottant, à 5 cents, est supérieur à tous ceux que vous pouvez vendre à cinq fois ce prix ; il plaira davantage à vos clients ; il se vendra plus facilement. Les femmes de partout connaissent le savon ; les épiciers de partout en connaissent la vente.

"Avez-vous une petite Fée dans votre demeure ?"

**The N. K. Fairbank Company Limited.**  
MONTREAL.







## Les Oeillets “DIAMOND” ne ternissent pas

Rien ne donne mauvaise apparence à une chaussure comme un oeillet de couleur cuivrée. Dans la plupart des cas, cela se voit plus qu'une fente du cuir, et il est encore plus difficile d'y remédier. Mais il y a un moyen sûr d'éviter cet ennui à vos clients. Les Ouillets de Couleur Indélébile “Diamond” ne peuvent pas prendre une teinte cuivrée à l'usage, ils paraissent toujours neufs et aident à conserver à la chaussure sa bonne apparence, malgré l'usage le plus long. Il y a aussi un moyen sûr de reconnaître si les chaussures que vous achetez en sont pourvues. Regardez



simplement la petite marque de commerce  en forme de losange en relief à la surface de chaque oeillet. Elle n'est pas très visible, mais elle a une grande importance. Vos clients s'en rendent compte. C'est votre garantie que les ouillets ont une couleur réellement indélébile, car la seule couleur réellement indélébile porte la marque de commerce .

### UNITED SHOE MACHINERY COMPANY OF CANADA

Bureau et Manufacture

MONTREAL.

# 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 (couvercles à friction) ; en pot 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

## L'ETALON DU MONDE ENTIER

Fabrication anglaise pour les Canadiens

Un dessert délicieux pour l'été

# GÉLATINE DE COX

Instantanée en poudre

et FRUITS MURS FRAIS

Depuis près de trois quarts de siècle la GÉLATINE DE COX a été l'étalon de qualité dans le monde entier. Elle a été la friandise de la table, en été et en hiver, depuis le temps de nos grands-parents et a soulagé les tracas de bien des ménagères embarrassées.

La plus délicieuse gelée peut être confectionnée en un instant sans aucun travail ni embarras. Quand on joint cette gelée à des fruits mûrs frais il n'y a rien de plus appétissant comme dessert, qu'il fasse froid ou chaud.

Suggérez à vos clients d'essayer la GELÉE DE COX.

En vente partout.

**ARTHUR P. TIPPET & COMPANY**

MONTREAL, . Agents . TORONTO.

## 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.



**AUX CULTIVATEURS :**

Nous recevons la crème des sé-  
parateurs à main.

**MONTREAL DAIRY COMPANY LIMITED**

290 Ave. Papineau  
MONTREAL.

**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 3152-4819.



**Les Grandes chaleurs**

de l'été chassent des villes à la campagne la plupart des familles aisées et des fonctionnaires assez heureux de pouvoir compter sur un repos de quelques semaines. Par conséquent les populations rurales se doublent et se triplent, apportent ainsi Aux Marchands de la Campagne une occasion d'augmenter considérablement leur chiffres d'affaires.

**L'Eau Purgative RIGA**

est l'article qui attirera le plus de clients au magasin et c'est un actif appréciable pour tous les hommes d'affaire sérieux.

Annoncez l'Eau RIGA pour tous les troubles d'estomac.

**Société des Eaux Purgatives "RIGA"**  
215 Rue Notre-Dame Est, Montréal.  
Tél. Main 6473

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, pqs 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.**

Boites contenant 45 cartons, par caisse. 3.60

**Empois de cuisine.**

(Boites de 20 lbs., ¼ c en plus par livre.)

W. T. Benson's & Co., Celebrated prepared Corn.

Boites de 40 lbs.	0.07½
Canada Pure Corn Starch (Boites de 2 lbs., ¼ c en plus.)	0.05½

**ELIE CHARBONNEAU**

**Marché Bonsecours**

**Montréal**

Bananes, régime	0.00	2.50
Citrons Messina (300c)	0.00	3.50
Betteraves	0.00	0.90
Navets	0.00	1.00
Carottes	0.00	0.90
Patates	0.00	0.75
Pommes Spy No 2	0.00	4.00
Pommes Baldwin No 1	0.00	3.50
Ail, la livre	0.00	0.10
Oranges Navel	0.00	4.00
Oranges Valence	0.00	4.50
Tomates fancy, la ese	0.00	4.25

**E. W. GILLET COMPANY LIMITED**

Toronto, Ont



1913.—1. Les prix ci-dessus s'appliquent à la distribution de gros dans l'Ontario et le Québec, excepté là où des listes spéciales de prix plus élevés sont en vigueur. Ils sont sujets à varier sans avis.

**Lvain en Tablettes "Royal."**

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

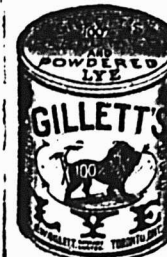
**Lessive en Poudre de Gillett.**

La cse

2 doz. à la caisse \$3.50

3 caisses . . . 3.40

5 caisses ou plus 3.35



**Poudre à Pâte "Magic"**  
Ne contient pas d'alun.

La doz.

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

4 doz. de 4 oz. . . 0.75

4 doz. de 6 oz. . . 1.00

4 doz. de 8 oz. . . 1.30

4 doz. de 12 oz. . . 1.80

2 doz. de 12 oz. . . 1.85

4 doz. de 16 oz. . . 2.25

2 doz. de 16 oz. . . 2.30

1 doz. de 2½ lbs. . . 5.00

½ doz. de 5 lbs. . . 9.60

2 doz. de 6 oz. } à

1 doz. de 12 oz. } la Cse

1 doz. de 16 oz. } \$6.00

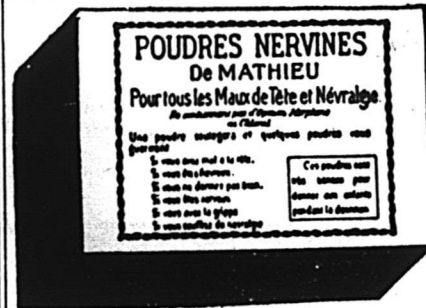
Vendue en canistres seulement.  
Remise spéciale de 5% accordée sur les commandes de 5 caisses et plus de la Poudre à Pâte "Magic".

# St. Lawrence Sugar

## GRANULE. — SUCRE EN MORCEAUX ET SUCRES JAUNES DE CANNE PURE

### LES POUDRES NERVINES DE MATHIEU

sont un remède simple mais effectif contre tous les maux de tête—un remède que chaque marchand peut recommander comme un curatif sûr et rapide.  
Si vous ne connaissez pas les poudres Nervines de Mathieu, et si vous êtes sujet aux maux de tête, essayez-les vous-mêmes à nos frais au moyen du coupon ci-joint.



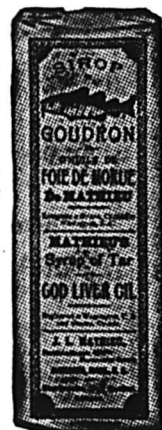
Comme remède contre les rhumes et les troubles bronchiques le sirop de Goudron et d'Huile de Foie de Morue de Mathieu est rendu fameux et cette préparation soeur des Poudres Nervine—marche à grands pas dans la même voie.

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

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

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

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



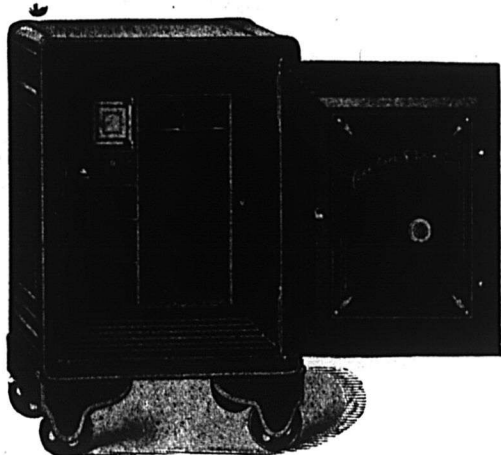
### Messieurs les Marchands.

Votre actif commercial n'est pas seulement représenté par les marchandises en stock dans votre magasin, et l'argent en banque à votre crédit.

Votre actif réside surtout dans les comptes débiteurs de vos clients et renfermés dans vos livres de comptabilité.

Avez-vous jamais songé à l'impossibilité qu'il y aurait pour vous à reconstituer ces débits en cas d'incendie et la perte qu'entraînerait dès lors pour vous un tel accident.

De même que vous assurez vos marchandises et vos immeubles par des polices d'assurance, vous pouvez assurer l'actif contenu dans vos livres en vous procurant un coffre-fort spécial incombustible.



Ecrivez-nous pour tous renseignements à ce sujet.  
**J. A. YOUNG, J. E. BEDARD, & AII. E. F. EGGLETON**

**THE CANADIAN YORK SAFE CO'Y**  
HAMILTON, Ont. SHERBROOKE, Qué. )

### GRAND TRUNK RAILWAY SYSTEM

QUATRE TRAINS EXPRESS PAR JOUR

#### Montréal et Toronto.

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

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

LA SEULE ROUTE A DOUBLE VOIE

#### L'“International Limited”

LE MEILLEUR CONVOI DU CANADA.

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

QUIPEMENT DE PREMIERE CLASSE

#### Montréal et Ottawa.

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

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

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

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

# 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, †8.05 a.m., †8.40 a.m., †9.15 a.m., †4.00 p.m., †7.45 p.m., \*9.50 p.m., \*10.30 p.m.
- SHERBROOKE et LENNOXVILLE, \*8.25 a.m., †5.00 p.m., \*7.25 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., \*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, †8.15 a.m., †9.00 a.m., †5.20 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., †1.45 p.m., †4.00
  - NOMININGUE, †1.45 p.m., †4.00 p.m.
- (\*) Quotidien. (†) Quotidien, excepté dimanche. (§) Dimanche seulement. (i) Samedi seulement.

BUREAU DES BILLETS :

**141-143 rue Saint-Jacques**  
EDIFICE DOMINION EXPRESS



## Tenez un bon stock

des Soupes Evaporées Edwards' à l'année. 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 —

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, MONTREAL  
Représentant pour la Province de Québec et les Provinces Maritimes

- Soda "Magic"**
- No. 1 caisse 60 pnts de 1 lb . . . 2.85
  - 5 caisses . . . . . 2.75
  - No. 2 caisse 120 pnts de ½ lb . . . 2.85
  - 5 caisses . . . . . 2.75
  - No 3 caisse
  - 30 pnts. de 1 lb. . . } 2.85
  - et 60 pnts. de ½ lb. . . }
  - 5 caisses . . . . . 2.75
  - No. 5 caisse
  - 100 pnts. de 10 oz. 2.90
  - 5 caisses . . . . . 2.80
  - Crème de Tartre de "Gillett"



- La doz**
- ½ lb. pnts. (4 doz. dans la caisse) . . . . \$1.00
  - ½ lb. pnts. (4 doz. dans la caisse) . . . . 2.00
- La cse**
- 4 doz. pnts., ½ lb. . . . . { assort- } \$8.00
  - 2 doz. pnts., ½ lb. . . . . tis. }
  - ½ lb. canistres rondes, avec couvercles fermant à vis (4 doz. dans la caisse) . . . . . 2.20
  - 1 lb. canistres rondes, avec couvercles fermant à vis (3 doz. dans la caisse) . . . . . 4.10
- La lb**
- 5 lb. canistres carrées (½ doz. dans la caisse) . . . . . 0.38
  - 10 lb. boîtes en bois . . . . . 0.30
  - 25 lb. seaux en bois . . . . . 0.30
  - 100 lb. barils . . . . . 0.28
  - 860 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 0.10½
  - Seaux en bois, 20 lbs. 0.10½
  - Chaudières, 20 lbs. 0.10½
  - Caisses, 3 lbs., 20 à la caisse 0.11½
  - Chaudières, 5 lbs., 12 à la caisse 0.11½
  - Caisses, 10 lbs., 6 à la caisse 0.11

### 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. lb. 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, boîte 350, par boîte 1.95
  - Calabash 11.00
  - Columbia (tout tabac) 11.00
  - Coronet 18.50
  - Dardanelles (Turques) bouts unis 12.25
  - Dardanelles (Turques) bout liège

- ou argent 12.50
- Derby, boîte de 600, la boîte 4.00
- Empire Navy Cut 8.00
- Fatima 10.00
- Guinea Gold 8.00
- Gloria 5.75
- Gold Crest 6.00
- Hassan (Turques) 8.50
- Imperial A. A. 27.00
- Imperial A. A. I 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

**Cigarettes importées. Le 1,000**

- Capstan (douces et medium) 12.00
- Capstan, boîtes de 10 avec porte-cigarettes 12.50
- Soussa (importées du Caire, Egypte), extra fine No 25 20.00
- Extra fine No 30 23.00
- Khedivial 30.00
- Three Castles, boîtes de ferblanc, 50 s. et boîtes de carton 10 s. 15.00
- Three Castles, boîtes de fantaisie,



<b>Tabac à Cigarettes.</b>	<b>La lb.</b>	Horseshoe	0.90	2½ oz. Rondes. Quintessences	2.19
B. C. No 1, 1/12 s.	1.02	Rose No 1 de Landry	0.32	5 oz. Rondes. Quintessences	3.75
Athlete, 1/12 s.	1.07	Rose No 1 de Houde	0.34	8 oz. Rondes. Quintessences	6.67
Sweet Caporal, 1/13 s.	1.15	(Empire Branch)		4 oz. Carrées. Quintessences. Bou-	
<b>Tabacs coupés.</b>	<b>La lb.</b>	<b>Tabacs à chiquer.</b>	<b>La lb.</b>	chons émeri	3.75
Old Chum, 10 s.	0.82	Club barres, 5 à la barre, 6 morc.	0.42	8 oz. Carrées. Quintessences. Bou-	
Lord Stanley, Tins ½ lb.	1.11	à la lb., boîtes 5 lbs.	0.40	chons émeri	7.50
Meerschaum, 10 s.	0.81	Moose 11 s.	0.45	2 oz. Anchor.	1.00
Athlete Mixture, Tins ½ et ¼ lb.	1.37	Snow Shoe barres, 6½ morc. à la lb.	0.45	4 oz. Anchor.	1.75
Old Gold, 12 s.	0.97	Stag 5 1/3 morc. à la lb., ½ butts	0.39	8 oz. Anchor.	3.00
Seal of North Carolina, 12 s.	0.97	12 lbs., boîtes 6 lbs.	0.45	16 oz. Anchor.	6.00
Duke's Mixture (Cut Plug)	0.84	Black Watch 6 s.	0.46	2 oz. Golden Star "Double Force"	0.75
Old Virginia, ppts ½ et 1 lb.	0.80	Bobs 6 s. et 12 s.	0.40	4 oz. Golden Star "Double Force"	1.25
Duke's Mixture (Granulé),	0.87	Currency 12 s.	0.59	8 oz. Golden Star "Double Force"	2.25
1/10 s. Bags 5 lbs. carton	0.87	Pay Roll 7½ s.	0.53	16 oz. Golden Star "Double Force"	4.25
Bull Durham,		Empire Navy Chewing barres 14	0.53	2 oz. Plates. Soluble.	0.75
1/10 bags, 5 lbs. carton	1.25	oz., boîtes 7 lbs.	0.53	4 oz. Plates. Soluble.	1.25
1/16 bgs, 5 lbs. carton	1.25	<b>Tabacs à fumer en palettes</b>	<b>La lb.</b>	8 oz. Plates. Soluble.	2.25
Old Virginia ppts 1/16 lb.	0.74	Pedro barres, 16 oz., 5 morc. à la	0.58	16 oz. Plates. Soluble.	4.25
Snap, ppts. 1/12 et 1/6 lb.	0.50	lb., boîtes 6 lbs.	0.44	1 oz. London.	0.50
Calabash Mixture, tins ½ et 1 lb.	1.15	Empire 6 s. et 12 s.	0.45	2 oz. London.	0.75
Calabash Mixture, tins ¼ lb.	1.20	Rosebud 6 s.	0.50	Extractions à la livre de	\$1.00 à 3.00
Calabash Mixture, tins ½ lb.	1.35	Ivy 7 s.	0.45	Extractions au gallon de	\$6.00 à 24.00
Capstan Navy Cut (importé) tins	1.50	Shamrock 6 s.	0.45	Mêmes prix pour extraits de tous fruits.	
½ lb. Medium et Fort	1.50	<b>Tabacs hachés.</b>	<b>La lb.</b>	<b>Moutarde Française.</b>	<b>La grosse</b>
Capstan Mixture (importé) tins	1.50	Great West (Sac) 8 s.	0.59	Pony Mustard, 2 doz. à la cse	8.40
½ lb. Medium	1.50	Regal, cube cut en boîtes 9 s.	0.70	Small Mustard, 2 doz. à la cse	7.80
Pride of Virginia (importé) tins	1.35	Taxi, Crimp cut, boîtes 10 s.	0.78	Medium Mustard, 2 doz. à la cse	10.80
1/10 lb.	1.35			Large Mustard, 2 doz. à la cse	12.00
Old English Curve Cut (importé)	1.35	<b>HENRI JONAS &amp; CIE,</b>		Tumblers Mustard, 2 doz. à la cse	10.80
tins 1/10 lb.	1.35	<b>Montréal.</b>		Muggs Mustard, 2 doz. à la cse	13.20
Tuxedo (importé) tins 1/10 lb.	1.37	<b>Extraits Culinaires.</b>	<b>La doz.</b>	Nugget Tumblers, 2 doz. à la cs	13.20
Lucky Strike (importé) tins 1/10	1.35	1 oz. Plates. Triple concentré	0.84	Athenian Tumblers, 2 doz. à la cse	13.20
Rose Leaf (importé, à chiquer),	1.24	2 oz. Plates. Triple concentré	1.57	Gold Band Tumblers, 2 d. à la cse	13.80
ppts 1 oz.	1.24	2 oz. Carrées. Triple concentré	1.88	No 67 Jars Mustard, 2 doz. à la cse	13.20
<b>Tabacs à chiquer (importés)</b>	<b>La lb.</b>	4 oz. Carrées. Triple concentré	3.34	No 64 Jars Mustard, 1 doz. à la cse	18.00
Piper Hiedsieck	1.22	8 oz. Carrées. Triple concentré	6.25	No 65 Jars Mustard, 1 doz. à la cse	21.00
<b>Tabacs en poudre.</b>	<b>La lb.</b>	16 oz. Carrées. Triple concentré.	12.00	No 66 Jars Mustard, 1 doz. à la cse	24.00
Copenhagen en boîtes 1/12 lb.	0.90	2 oz. Rondes. Quintessences	1.96		

Il vous sera profitable de vendre

**SNAP**

A l'occasion, tous les marchands admettent qu'il est leur intérêt de vendre **SNAP** — alors, pourquoi ne pas le faire tout de suite. Il y a un bon profit à faire avec **SNAP** et les ventes se multiplient rapidement. **SNAP** est le meilleur nettoyeur des mains qui soit sur le marché ; effectivement, il enlève toutes les saletés, les taches de graisse, etc., laissant la peau douce et unie. Il ne détériore pas la peau, pas même la plus délicate.

Tout le monde a besoin de **SNAP**.

**SNAP COMPANY, Limited.**

MONTREAL, Qué.



LA MACHINE A 10 TOUCHES

*Dalton*

EST RECONNUE ETRE

**SANS RIVALE**

POUR LES

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

Demandez notre catalogue, ou venez nous voir.

**CIE DALTON**

12 Edifice Coristine

MONTREAL

Telephone: MAIN 1346

## La grande combinaison pour gagner de l'argent

Que vous soyez à la tête d'un magasin général—d'une épicerie—ou d'une graineterie—le gros de vos affaires est avec les gens de la campagne—les agriculteurs, les laitiers, les éleveurs de bétail.

Ces trois classes emploient beaucoup de

## INTERNATIONAL STOCK FOOD et de Spécialités Internationales.

Inventeurs et fabricants de la nourriture internationale pour le bétail, de la nourriture pour la volaille, cure pour les coliques, cure pour la maladie des jeunes animaux.

Poudres vermifuges, cure pour la fièvre bilieuse, nourriture pour les veaux, absorbant composé, solution antiseptique pour baigner les moutons et le gros bétail, Liniment Dan Patch, huile curative de pin argenté, Onguent pour sabot, Destructeur de poux.

### ILS EN SAVENT LA VALEUR

Emmagasinez toutes ces spécialités—mettez-les à vos vitrines—servez-les des crochets, des cartes de magasin et autres accessoires de publicité que nous vous enverrons, et vous verrez quelle ligne supplémentaire à gros profits constituent ces fameuses remèdes. Ecrivez pour connaître nos prix.

Nous vous fournirons des livres de 80 pages sur le bétail, un abrégé de l'art Vétérinaire, des circulaires explicatives, des enseignes en fer-blanc, etc., le tout rédigé en français, ainsi qu'une grande photographie de Dan Patch, Minor Heir et autres chevaux appartenant à la Compagnie.

INTERNATIONAL STOCK FOOD CO., Limited, TORONTO



### Son Influence Compte

Donnez-lui toujours un sel de table qui soit sec et fin, qui coule bien de la salière et sans effort.

## Le SEL de Table WINDSOR

devient un ami sincère de toute personne parce qu'il est sec et fin, qu'il ne se pétrifie pas dans la salière et qu'il donne aux aliments la saveur exacte qu'il doit leur donner—sans laisser aucune trace d'amertume.

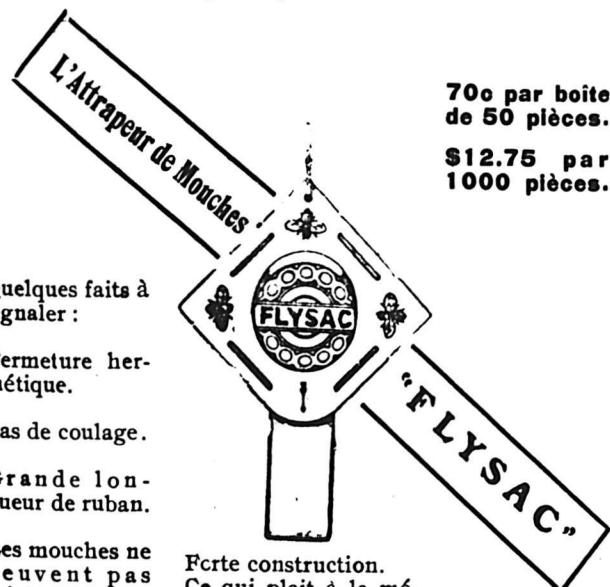
The Canadian Salt Company Limited

WINDSOR,

ONTARIO.

## PROFIT DE 100%

Mais pour peu de temps seulement, car notre approvisionnement diminue rapidement, à cause de la forte demande. Ne tardez pas, mais soyez au nombre des centaines de Marchands qui vont faire de bons profits pendant la Saison des Mouches.



70c par boîte  
de 50 pièces.

\$12.75 par  
1000 pièces.

Quelques faits à signaler :

Fermeture hermétique.

Pas de coulage.

Grande longueur de ruban.

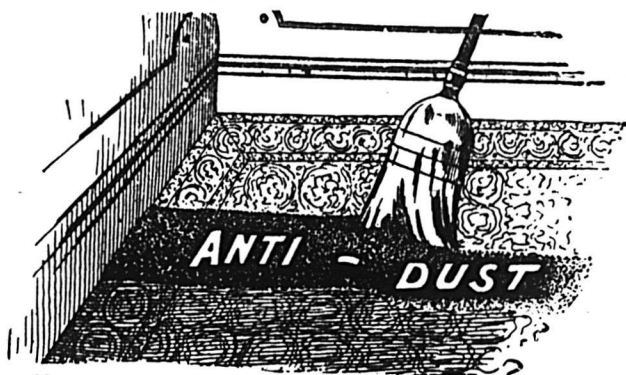
Les mouches ne peuvent pas s'échapper.

Forte construction.  
Ce qui plaît à la ménagère :  
Une propreté parfaite.

HODGSON, SUMNER & CO., LIMITED

345-351 rue St-Paul, Montréal.

Agents exclusifs pour les provinces de Québec, Ontario, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Ecosse et Ile du Prince-Edouard.



## Nous annonçons pour vous.

Les journaux Canadiens-français sont les porte parole des produits Canadiens-français inventés, manufacturés et vendus par des canadiens-français dans toute la province.

## ANTI-DUST

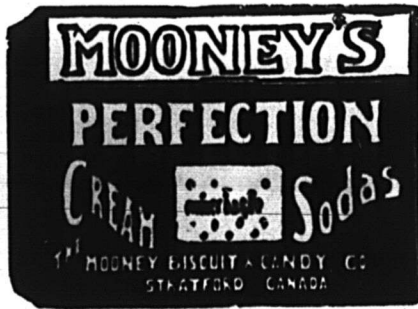
La poudre à balayer désinfectante est la propriété de Canadiens-français et est employée par

CHACUN,  
PARTOUT.

Demandez nos prix spéciaux d'ouverture.

Département des nouvelles affaires.

The Sapho M'fg Co., Limited.  
MONTRÉAL



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

### The Mooney Biscuit AND CANDY CO., LIMITED

Manufactures à Montréal, Stratford, Winnipeg, Vancouver.

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

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

### ELIE CHARBONNEAU

MARCHAND DE FRUITS  
Spécialité: Patates de Choix.

70-71 Marché Bonsecours.  
MONTREAL

## La Farine Préparée de Brodie

Vous Conserve Vos Clients.

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

### UN BON VENDEUR.

Voyez le coupon des épiciers dans chaque paquet.

## Brodie & Harvie, Limited.

14 et 16 Rue Bleury,  
Tél. Main 436. MONTREAL.

No 68 Jars Mustard, 1 doz. à la cse 15.00  
No 69 Jars Mustard, 1 doz. à la cse 24.00  
Molasses Jugs Must., 1 d. à la cse 21.00  
Jarres 1/2 gal. Mustard, 1 d. à la cse 36.00  
Jarres 1/4 gal. Mustard, 1 d. à la cse 54.00  
Vernis à chaussures. La doz.  
1 doz. à la caisse.

Marques Froment. 0.75  
Marque Jonas. 0.75  
Vernis Militaire à l'épreuve de l'eau. 2.00  
**LABRECQUE & PELLERIN, MANUFACTURIERS, MONTREAL.**

Catsup King. La doz. \$1.00  
Catsup King, bdl. 9 douz. 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 douz., douz. 40c, caisse. 1.40  
Confiture, chaudière No 7 ch. 0.42 1/2  
Confiture, seau No 7 chaque. 0.45  
Confiture, chaudière No 5, ch. 0.30  
Confiture "King" chaudière No 7, chaque. 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 1/2 brl. 14.50  
Lard pesant, Canada Short Cut, brl. 45/55. 28.00  
Lard pesant, Canada Short Cut, 1/2 brl. 14.25  
Lard pesant, Brown Brand, désosé, tout gras, brl. 20/35 28.00  
Lard clair, pesant, brl. 20/35. 27.50  
Pickled Rolls, brl. 27.50  
Lard à fèves, (petits morceaux, mais gras), brl. 22.00  
Heavy, clear fat backs 40/50 28.50  
Heavy, clear fat backs 60/70 27.00

### Saindoux Composé Raffiné, choix. Marque "Anchor".

Tierces, 375 lbs. lb. 0.09 1/2  
Boîtes 50 lbs. net (doubleure parchemin) 0.10  
Tinettes, 50 lbs. net (Tinette imitée) 0.10 1/2  
Seaux de bois, 20 lbs., net \$2.10 0.10 1/2  
Seaux de fer-blanc, 20 lbs. \$1.90 0.09 1/2  
Caisnes 10 lbs. tins, 60 lbs. en caisses, bleu 0.10 1/2  
Caisnes 5 lbs. tins, 60 lbs. en caisses, bleu 0.10 1/2  
Caisnes 3 lbs. tins, 60 lbs., en caisses 0.10 1/2  
Briques de saindoux, 60 lbs, en caisse 0.11 1/2  
Saindoux Marque "Anchor" (garanti pur).

Tierces, 75 lbs. 0.15  
Boîtes, 50 lbs., net (doubleure parchemin) 0.15 1/2  
Tinettes, 50 lbs., net (tinette imitée) 0.15 1/2  
Seaux de bois, 20 lbs., net (doubleure parchemin) \$3.10 0.15 1/2  
Seaux en fer-blanc, 20 lbs. brut \$3.00 0.15  
Caisnes, 10 lbs., tins, 60 lbs., en caisses rouges 0.15 1/2

# IMPORTANT

## Les Epiciers détaillants

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



## Baker's Cocoa and Chocolate

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

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

Manufacturées uniquement par **WALTER BAKER & CO., Limited.**

Montréal, Can. Dorchester, Mass  
ETABLIE EN 1780.

## LACAILLE, GENDREAU & CIE

Successeurs de CHS. LACAILLE & CIE.

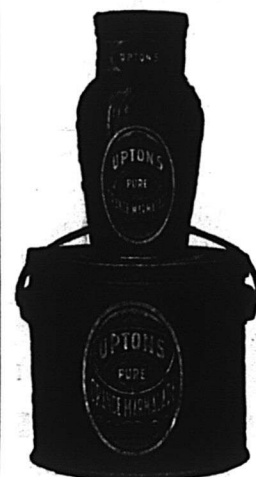
### EPICIER EN GROS

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

Spécialité de Vins de Messe de Sicile et de Tarragone.

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

## CONFITURES PURES DE UPTON



CONFITURES PURES  
NOUVELLE SAISON.  
DE UPTON  
MAINTENANT PRETES

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



## Les Fèves au Lard de Clark

Sont les fèves qui ont la  
**REPUTATION**

Non pas une réputation qui a poussé comme des champignons mais qui provient d'une expérience mûre, cette réputation a été gardée pendant les années successives par le maintien d'une QUALITE sans rivale et insurpassable.

Le nom de CLARK est synonyme de QUALITE.

LA REPUTATION DE CLARK est du genre qui dure et vous assure un flux constant d'affaires.

LA PUBLICITE DE CLARK nous aide à augmenter le chiffre de vos affaires et VOTRE PROFIT sur les produits Clark est équitable.

Les Fèves au Lard de Clark se vendent aisément

**Wm. Clark, Montréal.**

## Le Prêt Immobilier, Limitée

244 Rue Ste-Catherine Est,  
Montréal.

Phone Bell Est 5779

### BUREAU DE DIRECTION :

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

### SI VOUS AVEZ BESOIN DE CAPITAL

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

Les facilités de remboursement des prêts faits à ses membres par le "Prêt Immobilier, Limitée," sont telles qu'elles représcatent 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.

Caisses, 5 lbs., tins, 60 lbs., en caisses rouges	0.16
Caisses, 3 lbs., tins, 60 lbs., en caisse	0.16
Saindoux en carré d'une livre, 60 lbs., en caisse	0.16½
<b>Viandes fumées.</b>	
Jambons: Première qualité.	
Extra gros, 28 à 40 lbs.	0.16
Gros, 20 à 28 lbs.	0.17½
Moyens, 15 à 19 lbs.	0.19½
Petits, 10 à 13 lbs.	0.20
Jambons désossés, roulés, gros 16 à 25 lbs.	0.19
Jambons désossés, roulés, petits 9 à 12 lbs.	0.21
Bacon, Spécial Rose Brand	0.23
Bacon Anchor Brand, à déjeuner, sans os, choisi	0.20
Bacon Brown Brand, à déjeuner, marque anglaise, sans os, choisi	0.19
Bacon Windsor, dos pelé	0.23
Bacon Windsor, sans os	0.25
Jambons de Laing, choisis, Pique-Nique", 10 à 14 lbs.	0.15
Petit bacon roulé, épicé, désossé, sé, 8 à 12 lbs.	0.16
Bacon choisi, Wiltshire, coté, 50 lbs.	0.18
Cottage Rolls	0.00
<b>Saucisses fumées.</b>	
Bologna (Bondon de Boeuf)	0.08
Bologna (Enveloppe cirée)	0.07½
Brunswick (Beef Middles)	0.08
Frankfurts	0.10
Polish	0.09
Garlic	0.09
Empress (Poulet, jambon et langue) doz.	1.10
<b>Saucisses fraîches.</b>	
Saucisses de porc (tripes de porc)	0.10
Saucisses de porc (tripes de mouton)	0.10½
Petites saucisses de porc (pur porc)	0.16
Saucisses Cambridge (paquets de 1 lb.	0.11
Saucisses de fermier	0.10
Chair à saucisses (seaux de 20 lbs.)	0.08½
Boudin blanc	0.07
Boudin noir	0.08

### AGENCES

LAPORTE, MARTIN & CIE, LTEE,

Montréal.

Légumes.

### Petits Pois Importés "Soleil"

Extra fins, 100½ boîtes	16.00
Très fin, 100½ boîtes	13.50
Fins, 100½ boîtes	12.50
Mi-fins, 100½ boîtes	11.50
Moyens, No 1, 100½ boîtes	10.50
Moyens, No 2, 100½ boîtes	10.00
Moyens, No 3, 100½ boîtes	9.00

### Petits Pois "Frs. Petit & Cie."

Fins, 100½ boîtes	10.00
Moyens, 100½ boîtes	7.50
Verts, extra fins, 100½ boîtes	14.00
Verts, extra fins, 40 flacons	8.50
Verts, moyens, 100½ boîtes	8.25
Verts, coupés, 100½ boîtes	8.00
Coupés, 100½ boîtes	8.00
Macédoines, No 1 extra, 100½ btes	12.00
Macédoines, No 1 extra, 40 flacons	9.00
Côtes de Céleri, 100½ boîtes	8.00
Côtes de Céleri, 50 boîtes	7.50
Soupes (Pois, Oseilles et Cerfeuil, etc.)	9.50
Oseilles, 100½ boîtes	9.50
Purée de tom. concentrées, 100½ b.	9.00
Purée de tomates, 50 boîtes	9.00
Julienne, 100½ boîtes	8.50
Cerfeuil, 100½ boîtes	9.50

### Asperges. C/S

Pointes têtes seulement, 100½ btes	30.00
Branches géantes, 100½ boîtes	28.00
Branches géantes, 50 boîtes	26.50
Branches grosses, 100/ boîtes	26.00
Branches grosses, 50 boîtes	22.00
Branches Extra, 50 boîtes	24.00
Branches Fines, 100½ boîtes	23.50
Branches Fines, 50 boîtes	22.50

### Flageolets.

Moyens, 100½ boîtes	11.00
---------------------	-------

### Sardines. C/S

Petit Caporal Club ½	12.00
White Bear ½ s.	16.00
White Bear ¼ s.	9.50
Le Pilote ½	14.50
Victoria ¼ s.	8.00

### Savons de Castille. Lb.

Le Soleil 72% d'huile d'Olive.

morc. de 10 oz., 200 à la caisse	12.00
morc. de 10 oz., 100 à la caisse	6.50
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
barres de 11 lb., 25 à la caisse	0.08

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

morc. de ½ lb., 50 à la caisse	3.35
--------------------------------	------

### Huile d'Olive "Minerva" C/S

12 bouteilles, 1 litre	8.00
12 bouteilles, qts.	6.00
24 bouteilles, pts.	6.50
24 bouteilles, ½ pts.	4.25

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

### Petits Pois à sacrifier. C/S

Questel sur extra fins, 50 btes	12.00
Cie Cons. Ali., extra fins, 100½ btes	12.50
Memina, très fins, 100½ btes	11.00

### LAIT CONDENSE ET EVAPORE.

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

Conserve: —	Caisse
Eagle Brand, 4 doz.	\$6.00
Reindeer Brand, 4 doz.	6.00
Silver Cow Brand, 4 doz.	5.40
Gold Seal Brand, 4 doz.	5.25
Mayflower Brand, 4 doz.	5.25
Purity Brand, 4 doz.	5.25
Challenge Brand, 4 doz.	4.75
Clover Brand, 4 doz.	4.75

### Evaporé (non sucré):—

St. Charles Brand, 4 doz.	2.00
Peerless Brand, petit, 4 doz.	2.00
St. Charles Brand, famille, 4 doz.	3.90
Peerless Brand, famille, 4 doz.	3.90
Jersey Brand, famille, 4 doz.	3.90
St. Charles Brand, haute, 4 doz.	4.50
Peerless Brand, haute, 4 doz.	4.50
Jersey Brand, haute, 4 doz.	4.50
St. Charles Brand, hôtel, 2 doz.	4.25
Peerless Brand, hôtel, 2 doz.	4.25

## The City IceCo. Limited

LA PLUS GRANDE COMPAGNIE DE GLACE AU CANADA

Capacité de production :

255,000 tonnes de glace par an.

Stock à Montréal, 200,000 tonnes

Réserve à HUDSON 33,000 tonnes.  
à BELLERIVE 22,000 tonnes.


Bureau principal, 295 rue Craig O.

MONTREAL

Il n'y a personne dans le monde civilisé actuel qui n'ait subi et ne subisse l'action de la publicité.

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.	
	Prepared Cocoa	8.28
	Breakfast Cocoa	0.36
	No 1 Chocolate	0.30
Diamond Chocolate		0.24
Navy Chocolate		0.29
Cocoa Nibbs		0.35
Cocoa Shells		0.05
Confectionery Chocolate	0.18 à	0.30
Plain Chocolate Liquors	0.18 à	0.35
Vanilla Stick	la gr.	1.00

**SALADA TEA CO.**



**THEES DE CEYLAN**  
"SALADA"

	Coût.	Vend.
Etiquette Brune, 1's et 1/2's.	\$0.25	\$0.30
Etiquette Verte, 1's et 1/2's.	0.27	0.35
Etiquette Bleue, 1's, 1/2's, 1/4's et 1/8's.	0.30	0.40
Etiquette Rouge, 1's et 1/2's.	0.36	0.50
Etiquette Or, au détail	0.44	0.60
Noir, mêlé ou vert, de toutes qualités.		

**SAVON.**

The GENUINE, empaqueté 100 morceaux par caisse.



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 jours, net 30 jours, F. O. B., Montréal.  
Les conditions ci-haut seront strictement suivies.

**ARTHUR P. TIPPET & CO., Montréal.**

<b>Lime Juice "Stowers"</b>	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

**HAMILTON COTTON CO.**

Corde et Ficelle.

Corde à linge, 60 pds. doz.	0.00	1.00
Coton à chandelle, lb.	0.00	0.31
Ficelle de coton, 4 brins	0.26	0.26 1/2
Ficelle de coton, 3 brins	0.23 1/2	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

**SAVEZ-VOUS OU ACHETER CE DONT VOUS AVEZ BESOIN ?**

Il ne se passe guère de semaine sans que plusieurs abonnés ne nous demandent où ils peuvent se procurer quelque article dont ils ont besoin et qu'ils ne savent où acheter.

Comme nous l'avons maintes fois répété, Le Prix Courant est entièrement à la disposition de ses abonnés pour tous les services qu'il peut leur rendre.

Rien ne nous est plus agréable que de leur faciliter les affaires, aussi nous empressons-nous de répondre gratuitement à toute demande de ce genre.

Nos abonnés qui auraient besoin d'un renseignement à ce sujet n'ont qu'à **Détacher le Coupon ci-dessous, le remplir et nous l'envoyer.**

**LE PRIX COURANT, 80, Rue St-Denis**

**MONTREAL**

**LE PRIX COURANT**

**80, RUE ST-DENIS,  
MONTREAL**

**Service des Abonnés**

DATE \_\_\_\_\_ 1913

VEUILLEZ ME DIRE OU JE PUIS ACHETER \_\_\_\_\_

NOM \_\_\_\_\_ ADRESSE \_\_\_\_\_

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT"

**Veillez ne pas oublier que nous sommes les  
seuls dépositaires des Huiles d'Olives de**

# **A DOLPHE PUGET**

**M A R S E I L L E**

**LES MEILLEURES AU MONDE**

**Qualité Vierge, Garantie pure.**

Bouteilles	1 litre	clissées	caisse	-	-	-	1 douzaine
"	$\frac{1}{2}$	"	"	-	-	-	2 "
"	$\frac{1}{4}$	"	"	-	-	-	4 "
"		pinte	Rondins	-	-	-	1 "
"		chopine	"	-	-	-	2 "
"	$\frac{1}{2}$	"	"	"	-	-	4 "
"	$\frac{1}{4}$	"	"	"	-	-	8 "

**Qualité Supérieure, Garantie pure.**

Estagnons carrés	Illustrés	caisse	2 estagnons	5 gallons	mesure	gallon	Impérial
"	"	"	8	"	1	"	"
"	"	"	16	"	$\frac{1}{2}$	"	"
"	"	"	24	"	$\frac{1}{4}$	"	"
"	"	"	48	"	$\frac{1}{8}$	"	"

**Qualité Surfine, Garantie pure.**

Estagnons carrés	Illustrés	2 estagnons	5 gallons	mesure	gallon	Impérial
"	"	8	"	1	"	"

**Nos prix sont à la portée de toutes les bourses et pour le même prix que vous payez pour des huiles inférieures on vous donne ce qu'il y a de mieux.**

**Veillez de plus noter que nos estagnons contiennent le gallon impérial et non le gallon mesure à vin.**

**Demandez nos prix avant de placer votre commande.**

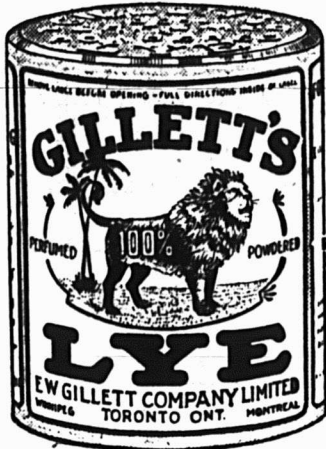
## **HUDON & ORSALI, LIMITEE**

**IMPORTATEURS EN GROS**

**MONTREAL.**



## GILLETT'S LYE



**Epiciers:** Le fait que la Lessive de Gillett est la plus pure et, par conséquent, la plus forte Lessive sur le marché, signifie une économie considérable pour vos clients, tant en argent qu'en labeur. Vos clients apprécient les efforts que vous faites pour leur procurer les articles qui répondent le mieux à leurs besoins.

LA LESSIVE DE GILLETT CONSUME LA CRASSE

E.W. GILLETT COMPANY LIMITED

WINNIPEG TORONTO, ONT. MONTREAL

## Les Aliments

### Marins Marque 'BRUNSWICK'



vont certainement vous créer des affaires parce qu'on n'y emploie que les poissons les plus soigneusement choisis et de la saveur la plus délicate—des poissons pêchés dans la fameuse baie Passamaquoddy. Pour tous les détails de la mise en boîtes, l'expérience, le soin et la propreté sont nos mots d'ordre et il en résulte que nous conservons la saveur naturelle du poisson à un degré inconnu aux autres marques.

Nous sommes là pour garantir nos produits, sans restriction, au point de vue de la pureté.

Voici une ligne, M. l'Épicier, que vous pouvez tenir pour augmenter la réputation de votre magasin et augmenter le montant de vos bénéfices.

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

AGENTS :

LEONARD BROS., Montréal. — C. H. B. HILLCOAT, Sydney. — A. W. HUBAND, Ottawa. — JAS. HAYWOOD, Toronto. — CHAS. DUNCAN, Winnipeg. — GRANT OXLEY & Co., Halifax, N.S. — C. DE CARTERET, Kingston. — BUCHANAN & AHERN, Québec. — J. L. LOVITT, Yarmouth. — SHALLCROSS, McCAYLAY Co., Vancouver et Victoria, C. A. — SHALLCROSS, McCAYLAY, 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 Etats-Unis, 2.00 } PAR AN.  
Union Postale, - Fra. 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, 9 Mai 1913.

Vol. XLVI—No 19.

## L'AMEUBLEMENT DE MAGASIN

Les inventions modernes pour l'étalage des marchandises  
sont maintenant d'une nécessité économique

En général, les marchands peuvent être divisés en deux  
catégories: ceux qui dirigent et ceux qui suivent. Les diri-  
geants sont les gros marchands et les suivants sont les pe-  
tits. Le dirigeant, c'est l'homme qui se rend compte du fait  
que les méthodes commerciales changent en s'améliorant  
tous les jours — que ses clients se font plus clairvoyants et  
plus critiques — que le public en général exige beaucoup  
plus qu'il ne demandait il y a quelques années, et que le bon  
service est maintenant aussi important que la bonne mar-  
chandise. D'un autre côté, la devise du suiveur semble être  
"Qu'on me laisse tranquille". Celui-là se contente de faire  
les affaires comme autrefois.

De nos jours, il ne devrait y avoir rien de tel que "assez  
bien" lorsqu'il s'agit de la tenue d'un magasin. Progrès est  
le mot d'ordre, et le marchand qui n'améliore pas constam-  
ment ses méthodes et son outillage doit nécessairement se  
mettre de côté pour voir défilé les autres.

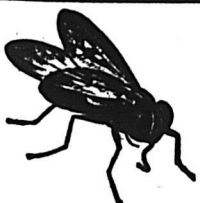
La marchandise est meilleure aujourd'hui qu'elle n'était  
auparavant; les magasins sont plus vastes, mieux éclairés,  
mieux ventilés et plus commodes; en un mot, tout ce qui a  
rapport au magasin et à son administration a été amélioré.

Mais la plus grande amélioration repose dans ce que  
l'on désigne d'une manière générale "Le Service". Le ser-  
vice est aujourd'hui le plus grand facteur du commerce en  
détail, celui qui offre le plus d'avantages au marchand actif.

Il y a quelques années, le service se bornait à vendre au  
client un certain article, à l'envelopper et à le lui remettre sur le  
comptoir. Aujourd'hui, il a une signification toute différen-  
te. Dans tous les grands magasins de haut ton, le service  
signifie courtoisie, commodité, confort et tout ce qui peut  
plaire aux magasiniers. Pratiquement, tous les magasins  
peuvent offrir les mêmes sortes et les mêmes qualités de  
marchandises et la concurrence entraîne l'uniformité des  
prix; de sorte que le seul moyen dont un marchand puisse

se servir pour affirmer sa supériorité sur un autre, c'est un  
meilleur service. Ce préambule nous amène à parler de l'ou-  
tillage du magasin qui est tout à fait essentiel au bon servi-  
ce. Aucun magasin outillé à l'ancienne mode, avec des meu-  
bles encombrants et incommodes de la dernière génération,  
ne peut donner à sa clientèle un service réellement bon.  
L'ancien comptoir en bois sous lequel on amassait les sale-  
tés a fait place à la vitrine éclairée à l'électricité; les rayons  
encombrés et les tiroirs obscurs ont été supplantés par des  
compartiments à sections avec devant vitré, construits pour  
convenir à la marchandise que l'on destine à chaque unité  
d'espace; les rangées de tables sur lesquelles on empilait les  
vêtements froissés ont été remplacées par des cabinets dont  
une des faces, vitrée, laisse voir des vêtements bien pressés  
sur des supports séparés. Dans l'ancien magasin, le client  
ne pouvait voir que ce qu'il plaisait au commis de lui mon-  
trer; dans le magasin moderne, le stock tout entier est ex-  
posé à la vue.

Il est vrai que tous les bons magasins ne sont pas pour-  
vus d'un outillage moderne, mais ils se font plus nombreux  
tous les jours et, avec le temps, ils seront un jour complè-  
tement modernisés. Même les marchands qui, à cause de la  
dépense, sont opposés au changement, ceux-là mêmes dev-  
ront suivre le mouvement et installer chez eux un outilla-  
ge amélioré s'ils veulent pouvoir faire face à la concurrence  
et répondre à la demande du public qui devient de plus en  
plus exigeant au point de vue du service chez le détaillant.  
Les méthodes modernes de tenir un stock donnent encore  
beaucoup plus d'apparence à la marchandise. Prenons par  
exemple les hardes faites qui sont aujourd'hui annoncées  
par tout le pays et au moyen de tous les mediums possibles  
de publicité. Ces annonces sont toutes illustrées de vignet-  
tes montrant habilement les différentes pièces du vêtement.  
On n'y voit pas un seul pli, et c'est avec cette image parfaite  
dans l'esprit que le vendeur s'en vient au magasin pour  
acheter un complet. Il s'approche d'un vendeur qui lui de-



# TANGLEFOOT

Attrape 50,000,000,000 de mou-  
ches par année—de beaucoup plus que  
tous les autres moyens ensemble. Le  
Destructeur de Mouches Hygiénique.—  
Ne Contient pas de Poison.

mande ce qu'il désire et comme patron et comme style. Autant de choses que le client ne connaît pas. Il demande donc à voir afin de pouvoir choisir à son goût. Le vendeur s'approche d'une pile d'habits et, du milieu, en tire un veston tout fripé qui est là depuis plusieurs mois peut-être. Si la couleur ou le patron lui va, le client demande à l'essayer. Le col tombe mal et les épaules et les pans sont affreusement déformés. Le vendeur lui assure que tout cela peut être corrigé par un bon pressage. Mais l'acheteur qui a encore présent à l'esprit le netteté du fini montré dans la vignette de l'annonce, ne veut pas accepter l'article qu'on lui montre et s'en va sans avoir acheté.

"Mais", dira le marchand à l'ancienne mode, "on a toujours tenu les hardes faites de cette manière-là, et les clients ne réclamaient pas."

Et nous sommes d'accord. Les clients ne réclamaient pas parce qu'ils ne connaissaient pas mieux. Ceux à qui les vêtements fripés ne convenaient pas se faisaient habiller par le tailleur.

Les temps sont changés et les méthodes aussi. On vend maintenant plus de hardes faites que jamais, non seulement parce qu'elles sont meilleures et mieux annoncées, mais parce que le détaillant possède un meilleur système pour les faire valoir.

Et il en est ainsi pour toutes les branches de commerce. Au lieu de montrer un article sous un aspect douteux, on s'efforce de le faire voir sous son meilleur aspect.

Quelqu'un dira que ces arguments sont trop forts; et ils le sont peut-être pour ce qui est des clients faciles à satisfaire et qui se contentent de ce qu'on leur offre. Mais ceux-là sont la minorité. La majorité est plutôt portée à critiquer lorsqu'il s'agit de dépenser de l'argent.

En tout cas, il en coûte peu de s'outiller convenablement et, si l'on considère ce que l'outillage seul peut donner d'attrait à un magasin et économiser d'argent au patron, on finira par se convaincre de la nécessité de s'outiller à la moderne. La question que doit se poser le marchand n'est plus — dois-je risquer la dépense? mais — puis-je raisonnablement m'en passer?

## LA REPRESENTATION ET LES REPRESENTANTS

Presque toutes les études écrites sur la représentation envisagent la question au point de vue de l'exportation. On commence par établir l'insuffisance du développement de l'exportation nationale, on décrit les progrès énormes réalisés par les autres pays, on parle de nécessité de la défense et de la conquête des marchés, et on conclut que le remède à un état de choses jugé défavorable réside dans l'organisation de la représentation nationale à l'étranger.

D'abord, il ne faut rien exagérer. Le Canada est une solide maison, avec des ressources énormes, et qui, pour avancer moins vite que d'autres, n'en avance peut-être que plus sûrement. Le chiffre d'affaires traité et l'activité déployée par certains pays sont, certes, des éléments d'appréciation. Mais il y en a un autre: c'est le bénéfice net obtenu, c'est le résultat. A ce point de vue — dont l'importance est évidente — de récents événements ont suffisamment prouvé la supériorité du Canada et la qualité de sa situation économique pour qu'il soit inutile d'insister.

Maintenant, c'est une manière un peu simpliste d'envisager les choses que de proclamer que tout sera sauvé si la représentation nationale est assurée sur une large échelle à l'étranger. Il y a d'autres causes que celle-là à la lenteur relative de notre expansion commerciale, des causes plus profondes, que nous n'avons d'ailleurs pas à rechercher ici.

C'est aussi prendre l'effet pour la cause. Dans le domai-

ne des affaires comme dans tous les domaines, la fonction crée l'organe. On peut bien instituer artificiellement un organe, quand le libre jeu des choses et des événements ne l'a pas créé naturellement. Mais il est rigoureusement condamné à s'atrophier.

Un exemple: vous êtes fabricant d'étoffes, et vous voulez en exporter dans l'Afrique du Sud. Vous engagez les services d'un représentant, auquel vous envoyez des échantillons. Votre agent vous informe qu'il ne peut obtenir des ordres suivis et importants avec ces échantillons. Il vous indique les qualités et sortes d'étoffes achetées par la clientèle. Vous ne consentez à satisfaire sa demande qu'en partie. Ou bien vos livraisons sont trop lentes, etc., etc. Peu à peu, la correspondance se ralentit, et l'affaire finit en queue de poisson.

Il ne s'agit pas seulement d'avoir des représentants, il faut surtout être capable et être en situation de faire de l'exportation.

Mais pourquoi, au fait, envisager toujours la représentation commerciale au point de vue de l'exportation? Il n'y a qu'un commerce. Toujours et partout, l'échange a le même caractère. Le seul critérium du commerce international c'est la douane.

Et si nous voulons étudier sérieusement la question, il faut éviter de l'envisager exclusivement dans ses rapports avec l'exportation.

La représentation doit être organisée sur des règles précises. Elle doit s'inspirer de principes uniformes. Et l'homme qui parviendra au succès de cette manière dans son propre pays aura toutes les chances d'obtenir un résultat analogue dans les autres pays sans se mettre l'imagination à la torture. C'est une question de méthode.

La représentation est un procédé de vente qui consiste à faire connaître à un plus grand nombre d'acheteurs éventuels les articles que l'on fabrique, à augmenter les points de contacts avec la clientèle, à assurer avec elle des rapports constants, réguliers, périodiques, par le moyen d'agents extérieurs de vente dont l'action vient s'ajouter à celle du chef de maison et vient donner à cette dernière une possibilité toujours plus grande d'extension.

Suffit-il, en conséquence, dès que l'on fait commerce ou dès que l'on fabrique un article, de choisir des représentants pour étendre son champ d'action? Ce serait trop facile en vérité. Et la faiblesse de ce raisonnement saute aux yeux. Il conduit à penser que le seul point à solutionner consistera à avoir le plus grand nombre possible de représentants. Raisonnement analogue à celui du surtravail, par lequel on arrive à déclarer que, le rôle de l'industriel se réduisant à empocher tant par tête d'ouvrier occupé dans sa fabrique, il n'a plus, pour faire fortune, qu'à engager des milliers d'ouvriers...

Les véritables causes du succès dans la vente par représentants résident au moins autant — sinon davantage — dans la valeur de la maison représentée que dans la valeur des représentants.

D'excellents représentants pourront obtenir un beau chiffre d'affaires. Mais nous les mettons au défi de maintenir ce chiffre si la maison n'est pas capable de donner toute satisfaction à la clientèle, ou si son organisation intérieure est défectueuse.

On nous dira peut-être que ceci n'a rien à faire avec la représentation, que ce ne sont pas des considérations de ce genre que l'on désire trouver. Nous n'hésiterons pas à répondre, dans ce cas, que nous nous refusons à vendre un certain médicament qui guérissait toutes les maladies. Nous n'avons que faire des emplâtres. Il nous faut un régime, ou l'observance de soins d'hygiène.



Nous le répétons: pour aborder la vente par représentants avec chances de succès permanent, avec chances de résultats progressifs, il faut d'abord posséder une organisation intérieure solide, puis se livrer à des études préparatoires très sérieuses.

D'abord, le prix de revient. Avez-vous pris toutes les dispositions nécessaires pour que vos prix de revient soient maintenus au taux minimum, pour que le coulage soit limité au minimum, pour que vos frais généraux soient réduits aux dépenses productives? Vous prétendez que oui, prouvez-le à vous-même, non par des impressions, mais par des faits contrôlés, par une comptabilité précise et par des statistiques périodiques.

Est-il nécessaire d'insister. Nous ne le pensons pas. Il est trop aisé de comprendre que c'est seulement par l'obtention de prix de revient réduits, exacts et précis qu'on pourra lutter avec avantage contre la concurrence, qu'on pourra aussi fixer en pleine connaissance de cause la limite exacte à laquelle pourra descendre au plus bas le prix de vente.

Un autre point essentiel, c'est l'observation d'une rigoureuse moralité professionnelle. Premièrement, vos articles devront être d'une qualité suffisante, et cette qualité devra être constamment maintenue. Si vous êtes conduit à l'amoindrir, vous devrez en informer vos clients. Dans tous les cas, la marchandise livrée devra être conforme à ce que le client a commandé. Deuxièmement, soyez respectueux de tout engagement pris ou contresigné, même tacitement, par vous. Ne vous laissez jamais aller à promettre une date de livraison quand vous n'êtes pas certain de pouvoir livrer avant cette date. Il est toujours possible d'observer ces règles, qui n'ont rien de draconien, et dont l'observation est toujours féconde.

Le prix de revient réduit assure les débouchés. La moralité professionnelle les consolide.

### LES EMPRUNTS MUNICIPAUX.

Au moment où la ville de Montréal se propose de contracter un nouvel emprunt de douze millions de dollars, alors que tous les marchés de la finance sont dans le plus complet désarroi à cause des bruits de guerre, la presse en général a commenté la question de différentes manières et a fait des suggestions plus acceptables les unes que les autres.

On semble s'accorder assez bien sur le mode de l'offre des obligations au public, proposé par l'échevin L.-A. Lapointe. Ce ne serait pas une innovation pour Montréal, car, on s'en souvient, la chose fut tentée il y a quelques années. Toutefois, le succès ne fut pas renversant. L'emprunt lancé s'élevait à \$300,000, et fut offert au pair, portant 3½ pour cent d'intérêt, et remboursable à 40 ans. Le public ne répondit pas avec l'empressement que l'on avait escompté et c'est tout juste si l'on put faire souscrire \$200,000.

La pratique était nouvelle, le public n'avait pas comme aujourd'hui l'habitude du placement hors des banques et les gros financiers d'alors firent obstacle au mouvement. Au surplus, l'administration municipale n'avait pas suffisamment préparé le terrain par la publicité. Il n'y a pas de doute qu'aujourd'hui une nouvelle tentative obtiendrait un plus grand succès.

Le public s'est modernisé, est moins conservateur qu'il ne l'était il y a quelque vingt ans et il a contracté l'habitude du placement sur toutes les catégories de valeur. Il lui en a coûté très cher au début et tout le monde sait que de nombreux pécules reposent aujourd'hui au fond de puits de mines d'où on n'a jamais pu les tirer.

Malgré cela, on ne s'est pas complètement découragé. L'épargniste a voulu se refaire de ses pertes sur les valeurs de Bourse et d'immeuble. Aujourd'hui, tout le monde spé-

cule, et on est meilleur juge de l'article offert.

Il est donc plus que probable que si le conseil de ville lançait dans le public une partie de l'émission projetée, il rencontrerait un meilleur accueil que la première fois.

Il y aurait toutefois à parfaire l'éducation du peuple par une campagne sérieuse.

Comme il a été dit déjà, le premier emprunt seul coûterait un effort et son succès assurerait tous les autres à venir. Dans les grandes villes d'Europe, la méthode des emprunts populaires a obtenu de grands succès et, de nos jours, avec le concours des grands financiers, ces emprunts sont couverts plusieurs fois.

Ici, nous croyons qu'il suffirait de faire inscrire nos valeurs municipales à la Bourse pour qu'on se les arrachât en vue du bénéfice à réaliser entre le prix de l'émission et celui de Bourse. En tout cas, l'épreuve vaut la peine d'être tentée, à condition que le taux d'intérêt offert soit plus attrayant que celui actuel de l'épargne.

### COMMENT ON CALCULE LE PROFIT

#### Un cas de suicide commercial

Malgré la vie active dans laquelle sont engagés aujourd'hui les hommes d'affaires du pays, il est peu de débiteurs pouvant dire qu'ils réalisent tout le profit auquel leur énergie et leur habileté leur donne droit, ou, encore, qu'ils pourraient réaliser dans une vocation autre que celle qu'ils ont embrassée. Il nous arrive de rencontrer des marchands, dont les affaires semblent soigneusement systématisées, qui nous disent que malgré tous leurs efforts, ils n'arrivent pas à en tirer de profit extraordinaire; que, s'ils avaient un fils, ils ne se soucieraient guère de le voir s'engager dans ce commerce où ils ont trop travaillé eux-mêmes. Voilà une déclaration pessimiste, et, quoique nous soyons encore très éloignés de l'idéal en affaires comme ailleurs, la faute en est en grande partie aux marchands eux-mêmes, car nous croyons fermement qu'il y a encore place à l'amélioration.

Considérons les causes de ce manque de profit et voyons les moyens à prendre pour les faire disparaître.

La plupart des marchands nous diront que depuis quelques années on a constaté une grande augmentation des loyers, des salaires, du coût de la publicité et de la livraison — de fait dans tous les items de la dépense — et que, en même temps, la concurrence a sans cesse contribué à réduire la marge du profit. L'augmentation du loyer constitue une condition générale due à l'appréciation des valeurs et l'augmentation du coût de construction et de réparation doit être acceptée comme toute naturelle.

La cherté de la vie et la loi de l'échange — l'offre et la demande — doivent régulariser les salaires. Et tout le monde sait par expérience que le service efficace bien payé vaut mieux que l'inefficace à n'importe quel prix, et tous sont disposés à augmenter les salaires dans une mesure raisonnable.

Quant à la publicité, on admet que c'est une dépense sage et nécessaire si elle est bien dirigée.

Le service coûte plus cher, et la question de livraison est très coûteuse. Le consommateur, quel qu'il soit et de quelque importance que soit sa commande, s'attend à ce que vous lui livriez ses articles aussitôt qu'il a téléphoné.

D'autre part, le débiteur en voudrait autant de la part du fournisseur en gros. Le marchand actif tient un stock assorti en petites quantités, lesquelles il commande périodiquement à son fournisseur de qui il attend un service prompt.

Ceci veut dire une augmentation de dépense sur toute la ligne.

A notre avis, on pourrait et devrait compenser cette augmentation par plus d'économie et d'efficacité.

Que le marchand se rende compte s'il ne tient pas plus de marchandise qu'il n'en a besoin; si l'entretien du magasin est aussi économique qu'il devrait l'être au point de vue du personnel; s'il vend son stock "mort" et s'il le fait chaque année à un prix quelconque ou s'il le laisse s'accumuler. Que le détaillant voit à ce que son système de livraison soit ainsi organisé qu'il puisse desservir le plus grand nombre de clients dans le plus petit nombre de courses; qu'il n'ait pas plus d'employés qu'il ne lui en faut et qu'il les tienne occupés. Pour toutes les catégories d'hommes d'affaires, le temps "c'est de l'argent" et la journée étant brève et les prix élevés, ils ne devraient pas avoir plus de commis qu'ils n'en peuvent occuper constamment et avantageusement.

Au surplus, payez-vous vos employés seulement lorsqu'ils travaillent, ou les payez-vous aussi durant leurs vacances et lorsqu'ils s'occupent de leurs propres affaires? Nous savons que c'est l'habitude dans certaines maisons, si un employé est malade ou en vacance pour quelques jours, de le payer totalement; mais nous n'avons jamais vu une maison employant un grand personnel où il n'y eut pas d'abus sous ce rapport, et nous sommes convaincus que le seul moyen équitable c'est de payer le temps dépensé et de déduire le temps perdu, qu'il s'agisse de votre premier commis ou de votre portier. Nous ne prétendons pas que ce principe s'applique aux cas où il s'agit d'une ou deux heures de temps à autre, mais bien aux absences d'une journée ou plus. Payez plutôt les heures supplémentaires et, si vous avez un employé fidèle mais malheureux, secourez-le dans le besoin. Cela vaudrait mieux que de payer le salaire à ceux qui ne l'ont pas gagné et qui, souvent, en sont indignes. Beaucoup diront que cette méthode est radicale et de mauvaise économie; mais nous savons que des maisons importantes l'ont adoptée, depuis quelques années, et on estime que c'est la meilleure politique d'économie pratique là où il y a beaucoup d'employés.

Votre commerce est-il ainsi systématisé que rien ne cloche dans le rouage?

Employez-vous les méthodes modernes qui permettent d'économiser le temps? Savez-vous ce qu'il vous en coûte pour conduire vos affaires?

Quant au placement en marchandises, nous croyons que les marchands de gros et les détaillants auraient tout à gagner en surveillant les achats répétés afin de maintenir un bon assortiment; en achetant en avance, sur chaque saison; en commandant plutôt par petites quantités.

Voyons maintenant la question du profit. Tous sont plus ou moins blâmables pour s'être trompés au point de croire qu'ils faisaient du profit alors qu'ils ne faisaient qu'échanger de l'argent et quelques fois pis encore.

Un marchand peut bien calculer que, s'il vend \$1.00 un article qui lui coûte 75c, il fait un bénéfice de 25 pour cent, et que, si ses dépenses d'administration s'élèvent à 15 pour cent, il lui reste encore 10 pour cent. C'est là que, comme beaucoup d'autres, il se trompe. Ce 15 pour cent comme chiffre de dépense est basé sur le chiffre total des affaires, c'est-à-dire sur le prix de vente. Par conséquent, le profit brut au lieu d'être de 25 pour cent, n'est que de 20 pour cent, et il n'a, en réalité, fait que 5 pour cent net sur l'article de \$1.00. Autrement dit, le profit réel n'est que la moitié de ce qu'il avait calculé.

Vous est-il déjà arrivé, à la fin d'une année d'affaires bonnes en apparence, de découvrir que vos profits n'éga-

laient que la moitié de ce que vous aviez anticipé? Dans ce cas, suivez vos vendeurs et voyez comment ils calculent les profits. Si vous êtes sur un marché sujet à des fluctuations, rendez-vous compte si vous vendez encore vos marchandises à l'ancien prix ou si vous avez suivi la marche des événements.

Enseignez à vos vendeurs que leur rôle consiste à coter autre chose que les plus bas prix du commerce; qu'ils occupent un poste responsable et qu'ils sont les arbitres entre les clients et l'intérêt de votre maison. Ils doivent connaître les marchandises si parfaitement que le client se fie à leur jugement et ils ne doivent jamais s'exposer à trahir cette confiance. Faites-leur comprendre qu'ils travaillent pour une bonne maison, mais que mette maison ne peut rester bonne que si ses affaires démontrent un profit net satisfaisant et que ce profit dépend d'eux.

### LE EXPOSITION DE PRODUITS ALIMENTAIRES.

Décidément, on fera un gros succès de l'Exposition de Produits Alimentaires qui aura lieu cette année dans l'arsenal du 65ème Régiment, du 24 au 31 mai courant. Depuis que le mouvement a été lancé, les organisateurs n'ont cessé de recevoir tous les jours de nouvelles adhésions. C'est à tel point qu'il ne reste plus que quelques places d'affaires à concéder.

Comme nous avons déjà eu l'occasion de le dire ici, l'Association des Marchands Epiciers a eu là une excellente idée qui ne peut manquer d'avoir de très bons résultats. Ainsi que nous le disons dans un article de cette même édition, les manufacturiers et les débitants ne se connaissent pas suffisamment parce que, jusqu'ici, ils se sont tenus à une trop grande distance les uns des autres. Le moment est venu de rapprocher la distance, tout le monde l'admet, et on ne saurait avoir jamais une meilleure occasion que celle qu'offrira l'exposition pour établir des relations plus étroites.

On voudra bien aussi se rappeler que la convention annuelle de la Section de Québec de l'Association des Marchands Détailliers du Canada, Incorporée, aura lieu durant la semaine d'exposition et que l'on compte sur une nombreuse assistance en raison de l'importance de questions qui seront alors soumises à l'étude des délégués.

### LES MARQUES DE COMMERCE ET LES SUBSTITUTIONS

La substitution, voilà l'éternel obstacle que tous les gros annonceurs, propriétaires d'une marque, rencontrent dans leur carrière, c'est l'ulcère qui les ronge. Si tous n'en meurent pas, ils en sont tous frappés plus ou moins, et malheureusement la gravité du mal croît toujours en proportion de la vogue dont jouit le produit "marqué", par conséquent en proportion des sacrifices que fait l'annonceur.

Cependant, tout le monde a intérêt, en réalité, à combattre la substitution et à défendre la marque. Le public, d'abord, car il n'est pas douteux que lorsque le détaillant s'entête à lui glisser, au lieu de la marque demandée, un quelconque produit similaire, ce n'est pas par altruisme, c'est tout simplement parce que cette substitution lui procure à lui, détaillant, un tant pour cent supérieur à celui que lui rapporterait la vente du produit "marqué". Il va de soi que ce bénéfice supplémentaire se réalise au détriment de la qualité de la marchandise. Donc le public est lésé.

Il y a bien le vieux boniment—classé aujourd'hui comme monument historique—que nos sympathiques camelots claironnent sur les places publiques en écoulant leurs couteaux universels à 15 cts ou leurs peignes incassables à treize sous: la

maison ne fait pas de publicité, c'est le consommateur qui bénéficie des sommes énormes que nos concurrents y consacrent!

Mais c'est tellement vieux cette histoire!... C'était bon au temps des petits chars à chevaux. Aujourd'hui, le consommateur a une notion plus exacte des choses et il sait fort bien que la maison qui fait beaucoup de publicité, vend par grosses quantités et que, vendant par grosses quantités, elle peut se contenter d'un bénéfice infiniment moindre que celui qui vend peu, par hasard, par ricochet... ou par substitution.

D'autre part, le fabricant qui a une marque ne peut pas vendre mauvais, sans se suicider. Le client qui achète la première fois ne rapporte rien au fabricant; ce qui lui rapportera, ce sont les commandes suivantes de ce client et la publicité instinctive que fera, de lui-même, cet acheteur, s'il est content. Tous les efforts du fabricant tendent en conséquence à faire toujours mieux et meilleur.

Donc le public a intérêt à la défense et à la protection des marques.

\* \* \*

Et le détaillant? Le détaillant lui aussi a intérêt à la disparition de la substitution.

D'abord, pour les raisons que nous indiquons plus haut, il est sûr de ne jamais mécontenter ses clients, car lui aussi cherche le "client" l'acheteur, non pas occasionnel mais habituel, celui qui revient et à lui seul vaut plusieurs centaines de piastres par an. Avec le produit "marqué", pas de crainte de mécontenter la clientèle, puisqu'on est certain de vendre bon, et en supposant que le produit ne plaise pas, ne donne pas satisfaction, aucune responsabilité, aucune déconsidération personnelle pour le détaillant: le mécontentement remonte au fautif: au fabricant.

Le produit "marqué" se vend plus vite et plus facilement. C'est la publicité qui fait tout le travail: le détaillant n'a plus qu'à encaisser. Et notez qu'il arrivera fréquemment ceci: le client qui sera entré, par hasard, à la suite de la publicité du fabricant, pour acheter une boîte de cacao de M. Un Tel, que tient tel détaillant, pourra, d'abord, l'occasion aidant, faire d'autres achats: d'où profit nouveau et inespéré. S'il est content, bien servi, il reviendra, cet homme qui est entré par hasard: ce sera un client. Qu'aura-t-il coûté au détaillant?

Donc le détaillant a intérêt à combattre lui-même la substitution.

## LA LIVRAISON DES MARCHANDISES

L'homme d'affaires qui travaille à améliorer son commerce ne devrait pas perdre de vue l'importance de la bonne livraison des marchandises. Le livreur peut causer autant de tort et peut-être plus que le commis médiocre.

Quand un client a acheté chez vous, il compte que vous lui livrerez ses articles promptement et en bon état. Si vous recevez quelque plainte au sujet de la livraison, cherchez à la source même, établissez les responsabilités et blâmez celui qui a commis la faute.

Lorsqu'un commis a fait une vente, enveloppé les articles et promptement remis le paquet au département de livraison, là finit sa responsabilité et commence celle du livreur. Celui-ci partant avec une charge, il doit avoir une liste de tous les paquets avec leurs adresses et, s'il constate une erreur quelconque, il doit voir à ce que tout soit mis à point avant de quitter le magasin. De la sorte on évitera beaucoup d'ennuis et la perte de nombreux clients durant l'année. D'autre part, les livraisons devraient être faites à certaines heures déterminées, le marchand devant toutefois être prêt à faire

des livraisons spéciales lorsque des clients réclament en hâte.

Un livreur n'est jamais si pressé qu'il ne puisse faire quelques courses spéciales durant la journée et, par ces petites faveurs, gagner un nouveau client au magasin.

Il est aussi très important de voir à ce que les marchandises soient livrées à temps et en bon ordre.

Beaucoup de gens ont la mauvaise habitude de déposer les marchandises dans le premier endroit venu. Ceci doit être évité. Les colis doivent être portés dans la maison, là où ils seront à l'abri des intempéries. En faisant cela, non seulement on épargne les marchandises, mais on plaît au client et le livreur s'en retourne avec la satisfaction d'avoir bien fait sa besogne.

Le système est tout aussi important pour la livraison que pour la tenue du magasin; et lorsqu'une maison d'affaires possède ses propres voitures, le patron peut facilement voir à ce que les commis aident le ou les livreurs à faire leur travail systématiquement.

Il arrive sans doute assez souvent que des clients déraisonnables vous demandent d'envoyer des articles immédiatement alors qu'ils n'en pressent aucunement; mais c'est le petit nombre et la plupart de vos clients savent apporter assez de jugement lorsqu'ils réclament quelques faveurs. Mais, dans tous les cas, efforcez-vous de plaire. Il est toujours nuisible de renvoyer les gens brusquement.

S'il s'agit de livrer un paquet trop lourd à porter pour une femme, le livreur devra le déposer lui-même à l'endroit qui lui sera indiqué. Beaucoup de clients viennent rarement au magasin. Ils commandent par téléphone et jugent de votre magasin par la manière dont votre livraison est faite. Il est de l'intérêt du marchand de voir à ce que celui ou ceux qui font pour lui la livraison de ses marchandises laissent une bonne impression chez les clients.

## LE MARCHAND DE GROS ET LE DÉTAILLANT

### Une lacune dans leurs relations

Peu de manufacturiers connaissent les détaillants et encore moins de détaillants connaissent les manufacturiers.

Chaque clan se tient à distance parce que étranger; cependant, l'un a besoin de l'autre et tous deux pourraient s'entraider s'ils "rompaient la glace".

Le manufacturier n'est pas un ogre, ni le détaillant un être déraisonnable et irréfléchi comme le croient les manufacturiers.

Dans presque toutes les branches de commerce, l'achat au manufacturier est fait par un intermédiaire. Cette méthode a été créée pour des raisons économiques que tout le monde connaît et apprécie, mais il n'en est pas moins vrai que le manufacturier et le débitant, ayant des intérêts absolument identiques et mutuels, demeurent étrangers l'un à l'autre.

Le fabricant engage de fortes sommes en publicité pour appuyer les garanties de qualité de ses produits, ce qui assure au consommateur qu'en achetant ses produits annoncés il obtient pour la valeur de son argent ou que celui-ci lui sera rendu.

Le seul moyen à la disposition du débitant qui veut progresser et édifier un commerce permanent et profitable, c'est de s'assurer la confiance de ses clients. Il doit répondre des marchandises qu'il vend, car, aujourd'hui, l'argument qui fait la plupart des ventes, c'est l'assurance que l'argent sera remboursé si la marchandise ne donne pas satisfaction.

Les détaillants se vantent justement de ce qu'ils tien-



ment des articles pour lesquels il y a une bonne demande. C'est aux ventes qu'ils tiennent et non aux ornements des rayons.

Il n'y a que les faiseurs qui osent appeler de "slot-machine" le débitant qui préfère les ventes rapides au "dead-lock".

C'est une insulte à faire à l'intelligence du détaillant que d'essayer de le détourner du principe sage de la coopération avec celui qui fait de la publicité nationale. Pourquoi? Parce que celui-là dirige les clients chez le détaillant où ils pourront acheter les articles pour lesquels sa publicité a créé une demande.

Quand ce ne serait que pour cela, unissez-vous, Détaillant et manufacturier, au nom du bien-être commun, faites-vous part de vos besoins et de ce que vous avez à offrir.

M. le Détaillant, écrivez à une couple de grands annonceurs et dites-leur que vous avez besoin de leur aide pour augmenter le chiffre de vos affaires dans votre arrondissement; que votre clientèle peut se payer des articles de choix; que vous disposez de peu de temps, mais que le manufacturier peut trouver profit à faire chez vous s'il veut vous aider. Soyez sûr qu'il s'occupera de vous.

Vous, M. le Manufacturier, renseignez le détaillant au sujet de vos marchandises et sur ce que vous faites pour intéresser le public. Dites-lui de vous écrire s'il n'a pas déjà sa part du commerce que vous développez. Demandez-lui qu'il vous fasse des suggestions. Les détaillants connaissent la clientèle individuellement. Pourquoi ne pas établir un "service de relations avec les détaillants"? Faites savoir au détaillant que vous êtes avec lui, que vous êtes prêt à lui aider à promouvoir la vente de vos produits. Faites connaissance.

Le marchand détaillant, de nos jours, n'est plus ce qu'il était il y a vingt ans, et vous devez vous connaître mutuellement car vous n'êtes pas concurrents mais associés.

### LES ARTICLES ANNONCES ONT LA FAVEUR DU DÉTAILLANT

Le détaillant qui entreprend sérieusement la vente d'articles annoncés, découvre bien vite qu'il peut tenir une plus grande variété de marchandises avec un plus petit stock de chacune, et faire plus d'affaires en réalisant un meilleur profit. Tout le monde est familier avec les marchandises annoncées et le marchand ne perd pas son temps à arguer ou à faire des comparaisons. Le prix est fixe et tout est prêt pour faire rapidement les transactions.

Plus encore que le marchand de gros, le détaillant est disposé à tenir les articles annoncés. Le détaillant a vu le vendeur aux prises avec un client, essayant, dans la crainte de manquer une vente, de lui substituer une marchandise ne portant pas la marque du manufacturier. Dans une autre partie du magasin, il a vu un commis servir à un autre client un article désigné d'après le nom annoncé, recevoir l'argent et répondre immédiatement à un nouveau venu, faisant ainsi une autre vente avant que le premier commis n'eût disposé de son client. Plus le service est rapide, plus on multiplie les transactions. Le magasin de détail où l'on sert les marchandises demandées sous le nom annoncé devient vite un "magasin populaire".

Voici d'ailleurs l'opinion bien franche d'un détaillant: "Un manufacturier qui annonce ses produits a beaucoup plus d'avantage à m'atteindre que celui qui peut produire tout aussi bon mais qui n'annonce pas, parce que je vends ceux annoncés beaucoup plus facilement que les autres. Il me fait plaisir de voir combien facilement mes vendeurs disposent des acheteurs qui viennent à mon magasin. Les clients demandent ce qu'ils désirent avoir et, règle générale, ils sont aussitôt servis. Ils sont contents du service et, de ce fait, ils trouvent

mon magasin moderne. Je pourrais sans doute vendre autres choses à un bon nombre d'entre eux, mais la grande question est de savoir s'ils seraient parfaitement satisfaits? Il est des gens que cela gêne de quitter un magasin sans avoir acheté et qui acceptent ce qu'on leur offre. Mais il est difficile de juger de l'effet produit — quelques-uns sont assurément désappointés de ne pouvoir se procurer ce qu'ils demandent — et il est probable qu'une autre fois ils s'adresseront ailleurs. Il m'a fallu du temps pour apprendre à apprécier toute la valeur de la marchandise annoncée, mais, maintenant, vous ne pourriez trouver un plus fidèle partisan que moi lorsqu'il s'agit d'articles bien annoncés. Je gagne plus d'argent qu'auparavant et mon stock est plus net. Je commande en aussi petites quantités que je veux sans avoir à me déranger. Je me fournis chez des marchands de gros en ville quoique j'aie eu de la peine à les faire consentir à tenir du stock pour moi. Ils ont souvent perdu la vente d'articles annoncés parce que je n'en voulais pas d'autres. Aujourd'hui ils me les fournissent et ils y trouvent une nouvelle source de profits. A part moi, ils comptent encore de nombreux clients nouveaux. Beaucoup de marchands de gros pourraient s'assurer la bonne classe du commerce en détail de leur ville s'ils voulaient seulement tenir les marchandises annoncées."

C'est là l'opinion d'un homme d'affaires sérieux et un récit basé sur sa propre expérience. Nous croyons tout commentaire inutile.

### LAISSEZ PENETRER LA LUMIERE

Et vous doublerez votre chiffre d'affaires

Supposez un marchand qui, au lieu de laisser pénétrer la lumière du jour dans son magasin, tient ses stores hermétiquement fermés toute la journée et brûle du gaz ou de l'électricité à l'intérieur; supposez un voyageur déambulant péniblement sur une route brûlante et qui refuserait de monter dans une voiture où on lui offre une place; supposez encore un meunier dont le moulin serait construit tout à côté d'un rapide et qui s'obstinerait à tourner la meule à la main.

Vous diriez que ce sont tous des fous. Et pourtant, regardez autour de vous. Combien peu de détaillants savent profiter de la grande publicité faite par les manufacturiers dans toutes les branches de commerce. Vous ne savez pas le nombre de ventes qui se décident pratiquement, le soir, après la lecture des journaux quotidiens.

Presque tous les détaillants actifs annoncent dans les journaux locaux.

Faites de la lumière! Apprenez à vos clients que vous êtes en position de leur livrer les marchandises que la grande publicité des manufacturiers leur a fait connaître. Ils prendront l'habitude de lire votre annonce et vous en prendrez le bénéfice. Tous les manufacturiers sont prêts à vous aider. Demandez-leur quelques-uns de leurs clichés pour illustrer vos annonces et, de la sorte, greffez leur marque de commerce à votre magasin.

La demande pour les articles annoncés est maintenant universelle. Que votre annonce dans les journaux soit ainsi faite qu'elle attire cette demande à votre magasin.

### THE CONTINENTAL BAG & PAPER CO. LTD.

M. J. A. Nixon, gérant local de la The Continental Bag & Paper Co. Limited, désire annoncer au commerce qu'il a maintenant transporté ses bureaux de 427 rue St-Jacques à 584 rue St-Paul, où il est prêt à répondre à toutes commandes et toutes informations qu'on pourrait lui demander, soit par la poste, soit par téléphone Main 4381.

## ORGANISATION DU RAPPEL D'OFFRES METHODO- DIQUE.

Ce que l'annonce peut faire de mieux, au point de vue de la vente par correspondance, c'est d'établir immédiatement un contact, pour ainsi dire, entre l'annonceur et le client en perspective, lequel se révèle dès l'instant où, sollicité par l'annonceur, il formule la demande à laquelle on l'a provoqué.

Cela ne fait donc aucun doute que beaucoup d'articles puissent être ainsi vendus, uniquement grâce à l'annonce. Mais il ne faudrait pas croire que cela suffise et c'est pourquoi les annonceurs américains, notamment, ont imaginé ce qu'ils appellent le "Follow up system", ce que nous nommons le "Rappel d'offres méthodique".

Tout a été mis en œuvre dans la rédaction de l'annonce pour inciter le lecteur à écrire, il ne s'ensuit pas, fatalement, qu'il soit disposé à passer sa commande immédiatement et cela pour de multiples raisons. Les lettres ainsi reçues se groupent donc naturellement en plusieurs catégories bien définies. La première comporte toutes celles qui ont donné lieu à une commande ou à un envoi d'argent. La deuxième renferme celles qui demandent de nouveaux renseignements sur le produit ou l'affaire proposés et auxquelles il est aisé de répondre au moyen d'une simple lettre, même circulaire. Vient ensuite la troisième catégorie, celle qui comprend toutes les lettres réclamant l'envoi d'un catalogue ou demandant des détails sur les choses promises par l'annonce, et qui n'ont eu aucune suite.

Quand il a été répondu à ces trois sortes de lettres, il convient d'attendre une dizaine de jours pour que les destinataires aient eu le temps de prendre une détermination, mais si, au bout de ce temps, on n'a reçu aucune commande, aucune lettre nouvelle de cette correspondance adressée au client éventuel, c'est là qu'il faut sans tarder lui écrire de nouveau et c'est cette deuxième lettre dont les termes doivent être pesés et étudiés avec beaucoup de soin et de psychologie, si l'on veut que ce rappel porte ses fruits. Si cette lettre est bien faite, si elle touche la corde sensible du correspondant, il est bien rare que cette lettre de rappel, cette relance, comme on dit encore, ne force pas le correspondant à qui elle est adressée, à faire une réponse quelconque, soit qu'il passe un ordre, soit qu'il dise pourquoi il n'a pas passé l'ordre attendu, et c'est bien là le but essentiel du rappel d'offres méthodique, c'est de contraindre en quelque sorte un correspondant demeuré muet, à donner des explications sur son silence et sur son abstention. En Amérique, on a poussé l'application du "Follow up system" à un point tel, que les lecteurs des journaux, parfaitement informés du fonctionnement de cette méthode, prennent la précaution, lorsqu'ils écrivent leur première lettre pour demander des renseignements, ou une brochure ou un catalogue, de prier l'annonceur de ne pas les comprendre dans son "Follow up", en d'autres termes, ils l'informent qu'ils ne veulent pas recevoir de lettres de relance. Le "Rappel d'offres méthodique" est pratiqué au Canada depuis trop peu de temps et avec trop peu d'ampleur pour que nous en soyons arrivés là.

Dans les deux cas cités plus haut, l'annonceur a toujours un parti à tirer de la réponse qui lui est faite. Soit qu'il la classe s'il a le sentiment que l'acheteur qu'il avait en vue est négligeable pour le moment, soit que, par les explications qui lui auront été fournies, il puisse donner satisfaction à cet acheteur possible et conclure une affaire.

Autant que possible, l'annonceur répondra le jour même à la lettre qui contient une question ou une explication quelconque, car, lorsque son correspondant se donne la peine d'écrire, il entend recevoir une réponse par retour du courrier et on l'indisposerait en retardant cette réponse.

Il arrivera que la deuxième lettre envoyée par l'annonceur ne portera aucun résultat, ni une commande, ni une

nouvelle demande d'explications ou de renseignements. C'est là que l'annonceur devra s'ingénier à trouver le sujet d'une troisième lettre dont la rédaction différera complètement des deux premières et où de nouvelles éventualités seront prévues, toujours pour forcer l'attention du correspondant et l'amener à écrire à nouveau.

Il y a évidemment un terme à cette correspondance de relance qui, pratiquée avec trop d'opiniâtreté, risquerait d'entraîner des frais que l'affaire ne supporte pas, mais on admet que cinq lettres écrites au même correspondant sont la bonne limite.

Le grand défaut de la plupart des annonces faites dans les journaux, c'est que le résultat cherché cesse d'être poursuivi après la lecture de l'annonce. Beaucoup de commerçants pratiquant la vente par correspondance se plaignent du rendement insuffisant de leur publicité qui, justement, ne pratiquent pas le "Rappel d'offres méthodique". Combien de centaines de dollars sont ainsi perdus chaque mois pour la vente, tout simplement parce que l'annonceur n'a pas su ou n'a pas voulu continuer à exercer sur les lecteurs qu'il a touchés par sa publicité, l'action persuasive et persistante que la publicité avait déterminée du premier coup.

Est-il nécessaire d'ajouter qu'aujourd'hui on commence à revenir de ces préventions contre la publicité et à se rendre compte que c'est, précisément, le bénéfice d'une opération de réclame qui est constituée par le rendement du rappel d'offres?

Le prix de revient de ces lettres de rappel, lorsqu'elles sont établies par des procédés économiques, est relativement minime. C'est le port de la lettre qui coûte le plus, mais qu'importe si le nombre des ordres recueillis compense largement la dépense ainsi faite.

Quoi qu'il en soit, l'annonceur moderne, s'il veut tirer tout le parti utile du résultat de sa publicité, ne doit pas hésiter à faire figurer à son budget la dépense nécessitée par les lettres de rappel répétées. Il doit calculer quelle somme il doit dépenser pour cet objet et il devra la dépenser réellement, car l'annonce dans les journaux, si elle paye par elle-même, fort souvent, et suffit à la récupération de la dépense première, il n'en est pas moins vrai qu'elle paiera beaucoup mieux si la correspondance est suivie, continuée, par un système judicieux de lettres de rappel dont l'efficacité dépend de l'habileté, de la diplomatie et de la psychologie qu'on y déploiera.

## COMPAGNIES INCORPOREES

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

"La Compagnie Générale de Phonographes et Graphophones Limitée", pour manufacturer, acheter, vendre, importer, exporter, louer des phonographes et graphophones, et faire affaires généralement dans toutes espèces d'instruments de musique, matériel et accessoires, Capital-actions, \$20,000, à Montréal.

"Sault-au-Récollet Land and Power Company, Incorporated", pour acheter, louer, prendre en échange ou acquérir autrement des terres, bâtisses et autre propriété de toute sorte et description et tout droit et intérêt en icelles et les détenir et posséder soit absolument comme propriétaires ou comme locataires ou autrement. Capital-actions, \$70,000, à Montréal.

"L'Épargne Immobilière de Montréal", pour organiser et établir un système de prêts par lequel les personnes qui paieront un droit d'entrée et une contribution mensuelles déterminée par la Compagnie auront en suivant l'ordre numérique de l'acte respectif le droit d'emprunter de la

compagnie une somme de 1,000 dollars par contrat aussitôt qu'une pareille somme provenant des contributions mensuelles sera accumulée au nom de la compagnie pour former un fonds spécial destiné à cette fin. Capital-actions, \$49,900, à Montréal.

"Donaldson Limited", pour faire les affaires d'agents en général, exportateurs et importateurs de toute sorte de provisions, marchandises, et agir comme courtiers en général et agents à commission pour l'achat et vente d'effets, articles et marchandises de toute description. Capital-actions, \$20,000, à Montréal.

"Montreal Moulding Manufacturing Company, Limited", pour manufacturer, la préparation, l'expédition et le commerce en gros et en détail des moulures, cadres, ornements, miroirs, etc. Capital-actions, \$20,000, à Montréal.

"Harris and Ayner Limited", pour faire les affaires d'ouvriers en cuivre, dans toutes les branches, manufacturer, acheter, vendre et faire en aucune manière le commerce de cuivre, objets en cuivre et marchandises en cuivre, métaux, alliages et minéraux. Capital-actions, \$5,000, à Montréal.

"Sherbrooke Flexible Steel Ladder Company Limited", pour faire les affaires en général d'entrepreneurs, manufacturiers, constructeurs et poseurs de toutes sortes d'échelles et appareils de sauvetage. dans le district de Saint-François. Capital-actions, \$5,000, à Sherbrooke.

"Signs of Canada", pour exercer l'industrie générale de manufacturiers d'enseignes et autres matières d'annonce et de publicité. Capital-actions, \$20,000, à Québec.

"La Société d'Éclairage et d'Énergie Électrique du Saguenay", pour faire les affaires d'une compagnie d'éclairage, chauffage et force motrice. Capital-actions, \$1,000,000, à Chicoutimi.

### LES FRUITS D'EUROPE

MM. J. C. Houghton & Cie nous écrivent de Liverpool, à la date du 25 avril 1913:

Les oranges "Valence" arrivent maintenant en plus grande abondance et bien que la demande reste active, on n'a pas pu maintenir les prix de clôture de la semaine dernière. Néanmoins, la baisse n'est que légère. Nous avons encore à déplorer le fait que parmi les cargaisons déchargées, il y avait beaucoup de fruits endommagés. Le prix des "Jaffa" s'est, par contre, élevé de 3 d. par boîte, la concurrence est particulièrement ardente de ce côté; les citrons restent à peu près dans les mêmes conditions, les approvisionnements continuent à être faibles.

Les "pommes" sont décidément moins chères, bien que les meilleurs lots en barils continuent à se vendre à de bons prix. Les "Newtown" de Californie et de l'Orégon, ainsi que les variétés colorées du dernier district, sont toutes moins chères, ce qui provient sans aucun doute du premier arrivage important de fruits de la nouvelle saison, venant de Tasmanie et d'Australie. Le qualité de ces fruits laissait beaucoup à désirer.

**Oignons.** — Ceux d'Égypte sont l'objet d'une bonne demande, de 4/6 à 5/- le quintal pour les meilleurs, et de 3/6 à 4/3 seulement pour ceux dont l'état était plus ou moins défectueux. On a fait monter encore le prix des "Valence".

**Pommes de terre.** — Les "Malte" se vendent à 6/- et les "Kidney" à 9/- le quintal.

Les "bananes" restent aux mêmes prix.

Les "tomates" se vendent de 20/- à 21/- pour la 1ère qualité, et de 14/- à 16/- pour la 2ème.

### NOUVELLES CHARTES

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

"George F. Hemsley Company Limited", pour faire des affaires comme manufacturiers et marchands de joaillerie, émaux, nouveautés et accessoires. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.

"The Morris Company Limited", pour faire des affaires d'agents d'annonces, pour acquérir le fonds de publicité générale de John C. Morris. Capital-actions, \$40,000, à Montréal.

"Osborne Realty Company Limited", pour acquérir, par achat ou autrement, des terres ou tout immeuble, etc. Capital-actions, \$500,000, à Montréal.

"Bonne Bay, Limited", pour faire des affaires comme marchands de bois de construction, de bois de pulpe, etc. Capital-actions, \$299,000, à Montréal.

"Guardian Investment Corporation Limited", pour souscrire, assurer, acheter, etc., des actions, obligations, débetures. Capital-actions, \$200,000, à Montréal.

"Fred. Thomas Company Limited", pour manufacturer, acheter, vendre, importer et exporter des machines électriques et leurs accessoires. Capital-actions, \$100,000, à Montréal.

"Montreal Paint and Glass Company Limited", pour acquérir le commerce de C. A. Sharpe, à Montréal, et payer le fonds de commerce dudit en comptant ou en actions ou partiellement en comptant et en actions. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.

"Electric Repair and Contracting Company Limited", pour manufacturer, acheter et vendre toutes sortes d'articles d'électricité avec le matériel brut qu'on utilise pour la fabrication de ces articles. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.

"The St. John's and St. Lawrence Company Limited", pour faire les affaires générales de transport (excepté chemins de fer) par vapeur, électricité, gazoline. Capital-actions, \$20,000, à St-Jean.

"Leroux, Daigneault and Brault Limited", pour importer, exporter, manufacturer, acheter, vendre, trafiquer des marchandises de tous genres. Capital-actions, \$100,000, à Montréal.

"Contractors Supplies Limited", pour faire les affaires comme marchands généraux, importateurs, exportateurs, agents, agents commissionnaires. Capital-actions, \$30,000, à Montréal.

"Montreal Reserve Limited", pour faire affaires comme agents et commerçants d'immeubles, y compris terrains, bâtisses et améliorations érigées et faites sur tels immeubles ou terrains, et comme agents et comme courtiers d'assurances. Capital-actions, \$75,000, à Montréal.

"The Brockton Shoe Company Limited", pour acheter, acquérir comme une affaire en opération tous et aucun des biens et actif des affaires de la Brockton Shoe Company, Limited, corps possédant une charte provinciale du gouvernement de la province d'Ontario. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.



# Epicerie et Provisions

## LA SITUATION.

Le marché de l'épicerie est resté bien tranquille cette semaine. Les prix sont restés les mêmes pour les fruits secs; la mélasse se maintient chère. Les sucres restent aux mêmes cotes; les commis-voyageurs envoient des commandes dont le montant est considérable. Les collections sont plus satisfaisantes qu'on ne l'espérait. Un point noir à l'horizon: on pense éprouver bientôt de grandes difficultés à se procurer l'approvisionnement nécessaire de sardines françaises, à cause de la clôture de 130 à 140 établissements en Bretagne.

Pour les champignons, le marché est ferme avec tendance prononcée à une hausse assez forte.

Pour les marchandises "Soleil", les marchands de gros de notre ville vont envoyer à la société anonyme "Soleil" de Malines des instructions complémentaires pour que cette société livre ses commandes au complet malgré la rareté des légumes verts sur le marché européen.

On remarque depuis quelque temps que les huiles d'olives se maintiennent avec assez de fermeté à des prix relativement élevés.

## SUCRES

Nous cotons:

Extra granulé, sac les 100 lbs.	4.50
Extra granulé, balle 5 x 20 100 lb.	4.60
Extra ground, baril les 100 lbs.	4.90
Extra ground, bte 50 lbs. 100 lb.	5.10
Extra ground, 1/2 bte 25 lb., 100 lb.	5.30
No 1 Yellow, baril les 100 lbs.	4.15
No 1 Yellow, sac les 100 lbs.	4.10
Powdered, baril 100 lbs.	4.70
Powdered, bte 50 lbs. les 100 lbs.	4.90
Paris Lumps, 1/2 bte 25 lbs. 100 lbs.	5.55
Crystal Diamond, baril 100 lbs.	5.25
Crystal Diamond, 1/2 bte 50 lbs.	
les 100 lbs.	5.35
Crystal Diamond, 1/2 bte 25 lbs.	
les 100 lbs.	5.55
Crystal Diamond, Domino, 20	
cartons 5 lbs. les 100 lbs.	0.35
Sucres bruts cristallisés, lb.	0.04
Sucres bruts non cristallisés, lb.	0.03 1/2

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

## MELASSES

Très 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: 1ère colonne, pour territoire ouvert; 2e colonne, pour territoire combiné; 3e colonne, pour Montréal et ses environs.

## LARD AMERICAIN

1e qualité, le quart	30.00
2e qualité, le quart	29.50
3e qualité, le quart	27.50

## SAINDOUX

Bonne demande.

La lb.

Saindoux pur, en tinette	0.15 1/2
Saindoux pur, en seau	3.25
Saindoux pur, cse de 10 lbs.	0.16 1/2
Saindoux pur, cse de 5 lbs	0.16 1/2
Saindoux pur, cse de 3 lbs.	0.16 1/2

## FARINES ET PATES ALIMEN-

### TAIRES

#### Pâtes alimentaires

Bonne demande.	
Nous cotons:	
Arrow root, boîte de 7 lbs.	0.15
Farine Five Roses, qrt.	0.00 6.25
Farine Five Roses, sac	0.00 3.25
Farine Household, qrt.	0.00 6.25
Far. "Regal", qrt.	0.00 6.70
Far. patente hongroise, qrt.	0.00 6.40
Farine à pâtis. Océan, qrt.	0.00 5.85
Far. "Regal", sac	0.00 3.20
Far. d'avoine granulée, sac	0.00 2.50
Far. d'avoine standard, sac	0.00 2.50
Farine d'avoine fine, sac	0.00 2.50
Farine d'avoine roulée, brl.	0.00 4.75
Farine d'avoine roulée, sac	0.00 2.25
Farine de sarrasin, sac	0.00 2.75
Far. de blé-d'Inde ord., sac	0.00 2.15
Banner, Saxon et Quaker	
Oats, et Ogilvie, caisse	0.00 4.00
Cream of wheat, cse	0.00 5.75
Fécule de maïs, 1e qité, lb.	0.07 1/2 0.07 1/2
Fécule de maïs, 2e qité, lb.	0.05 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 btes	
de 5 lbs., lb.	0.00 0.27 1/2
En vrac	0.00 0.05 1/2
Paquets de 1 lb.	0.00 0.07
Nouilles aux oeufs:	
Paquets de 1/2 lb., lb.	0.00 0.07 1/2
Spaghetti, pâtes assorties:	
alphabets, chiffres, ani-	
maux nouilles, coudes,	
importés en vrac, lb.	0.00 0.07 1/2
En paquets de 1 lb.	0.00 0.08
Tapioca pearl, en sac, la "	0.05 1/2 0.06
Tapioca seed, en sac, la "	0.06 0.07
Tapioca flake	0.07 1/2 0.08
Sagou	0.05 1/2 0.06

## FROMAGES CANADIENS

Bonne demande.  
Les fromages petits et gros se vendent aux épiciers 14<sup>tc</sup> et 15<sup>c</sup> la livre.  
Poisson salé.

Morue salée, No 1 0.14 1/2 0.15

## VINAIGRE

Nous cotons, prix nets:	
Bollman, cruches paillées, 4	
gall. imp. cruche	0.00 2.20
Domestique triple, cruches	
paillées, 4 gal. imp. cruche	0.00 1.25
72 grains, le gall.	0.00 0.12
88 grains, le gall.	0.00 0.15
118 grains (proof), le gall.	0.00 0.19

## THES

Les thés du Japon à prix moyens aussi bien que les thés de luxe se font rares sur place. Une hausse est à appréhender, attendu que les thés de la récolte nouvelle ne peuvent arriver ici avant août et septembre.

## EPICES PURES, GRAINES ET SEL

Bonne demande courante.	
Nous cotons:	
Allspice, moulu	lb. 0.15 0.18
Anis	" 0.08 0.09
Canary Seed	" 0.06 1/2 0.07 1/2
Cannelle, moulue	" 0.20 0.24
Cannelle en mattes	" 0.18 0.22
Clous de girofle moulus	" 0.26 0.33
Chicorée canadienne	" 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	" 0.17 0.20
Graine de lin non moulu.	" 0.04 0.05
Graine de lin moulue	" 0.06 0.07
Graine de chanvre	" 0.05 1/2 0.07
Macis moulu	" 0.00 0.90
Mixed spices moulues	" 0.18 0.22
Muscade	" 0.20 0.35
Muscade moulue	" 0.00 0.50
Piments (clous ronds)	" 0.07 1/2 0.10
Poivre blanc rond	" 0.25 0.27
Poivre blanc moulu	" 0.23 0.27
Poivre noir rand	" 0.15 0.17
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	1.35
Sel fin en 1/2 de sac	0.00 0.45
Sel fin, quart, 3 lbs.	0.00 3.25
Sel fin, quart, 5 lbs.	0.00 3.15
Sel fin, quart, 7 lbs.	0.00 3.05
Sel fin, en quart de 280 lbs.	
Ordinary fine	0.00 1.80
Fine	0.00 2.05
Dairy	0.00 2.15
Cheese	0.00 2.45
Gros sel, sac	0.65 0.80

## ORGE

Légumes secs.

Nous cotons:	
Orge mondé (pot), sac	0.00 3.00
Orge mondé (pot), baril	0.00 6.50
Fèves de Lima de Cal., lb.	0.07 0.07 1/2
Orge mondé (pearl), sac	0.00 4.85
Fèves blanches, Can., lb.	0.00 0.03 1/2
Fèves jaunes	minot 2.00 2.10
Lentilles rouges, par sac, lb.	0.05 0.06
Lentilles vertes, par sac, lb.	0.06 0.07
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 2.10

## RIZ

La demande est bonne.

Nous cotons:	
Riz importés:	
Riz Patna, sacs de 112 lbs.,	
suivant qualité	lb. 0.05 1/2 0.06
Riz Carolina	0.08 0.09
Riz moulu	0.00 0.06
Riz soufflé (puffed) cse de	
36 paquets de 2 pintes	0.00 4.25
Riz décortiqués au Canada:	
Les prix ci-dessous s'entendent f.o.b.	
Montréal.	
Qualité B, sac 250 lbs.	0.00 3.35
Qualité C, sac 100 lbs.	0.00 3.25
Sparkle	0.00 5.10
India Bright (sac de 100 lbs)	0.00 3.50
Lustre	0.00 3.60
Polished Patna	0.00 4.40
Pearl Patna	0.00 4.60

Imperial Glacé Patna	0.00	4.90
Crystal Japan	0.00	5.10
Snow Japan	0.00	5.30
Ice Drips Japan	0.00	5.45

**FRUITS SECS**

Assez bonne demande.		
Nous cotons:		
Dattes et figues:		
Dattes en vrac	1 lb.	0.00 0.05
Dattes en pqts de	1 lb.	0.06½ 0.07
Figues sèches en boîtes,		
3 couronnes	lb.	0.09½ 0.10½
7 couronnes	lb.	0.13½ 0.14
5 couronnes	lb.	0.11½ 0.12
6 couronnes	lb.	0.13 0.13½
9 couronnes	lb.	0.14½ 0.15
16 onces	bte	0.11½ 0.12½
10 onces	bte	0.07½ 0.08
Raisins de Corinthe. Lb.		
Corinthe Filiatras, en vrac	0.06½	0.07½
Corinthe Filiatras en cartons 1 lb.	0.08	0.08½
Raisins de Malaga, Lb.		
Rideau	bte	0.00 2.50
Balmoral	bte	0.00 3.00
Orléans	bte	0.00 4.00
Royal Excelsior	bte	0.00 5.50
Raisins Sultana. Lb.		
En vrac	0.00	0.11
Cartons, 1 lb.	manquent	
Raisins de Valence. Lb.		
Valence fine off Stalk, btes de 28 lbs.	0.00	0.00
Valence Selected, btes de 28 lbs.	0.00	0.00
Valence Layers, 4 cour., btes de 28 lbs.	0.00	0.09½
Raisins de Californie. Lb.		
Epépinés, paq. 1 lb., fancy	0.00	0.08
Epépinés, paq. 1 lb., choix	0.00	0.07½
Noix et Amandes. Lb.		
Amandes Tarragone	0.16	0.17
Amandes Valence écalées	0.37	0.39
Avelines	0.13	0.14
Noix de Grenoble Mayette	0.15	0.16
Noix Marbot	0.13	0.14
Noix de Bordeaux écalées	0.27	0.28
Noix du Brésil	0.15½	0.16½
Noix de coco râpées, à la lb.	0.19	0.21½
Noix Pécan polies	0.17	0.18
Noix Pécan cassées	0.00	0.00
Peanuts non rôties, Sun	0.00	0.08½
Peanuts non rôties, Bon Ton	0.00	0.09½
Peanuts non rôties, Coon	0.00	0.07
Peanuts rôties, Coon	0.08	0.09
Peanuts rôties G.	0.09	0.10
Peanuts non rôties, G.	0.00	0.07½
Peanuts rôties, Sun	0.10	0.11
Peanuts rôties, Bon Ton	0.11	0.12
Pruneaux 30/40	0.00	0.11
Pruneaux 40/50	0.00	0.09½
Pruneaux 50/60	0.00	0.08½
Pruneaux 60/70	0.00	0.07½
Pruneaux 70/80	0.00	0.07
Pruneaux 80/90	0.00	0.06½
Pruneaux 90/100	0.00	0.06
Fruits évaporés. Lb.		
Abricots, boîte 25 lbs.	0.00	0.14½
Nectarines	0.00	0.11
Pêches, boîte 25 lbs.	0.00	0.09½
Poires, boîte 25 lbs.	0.00	0.12½
Pommes tranchées, évaporées, btes de 50 lbs.	0.00	0.06½
Pelures de fruits. Lb.		
Citron	0.10½	0.11
Citronelle	0.16½	0.17
Orange	0.11½	0.12

**CONSERVES ALIMENTAIRES****Conserves de Légumes**

Très bonne demande.		
Nous cotons:		
	No 1	No 2
Asperges (Pointes), 2 lbs.	2.05	3.00

Asperges entières can., 2 lbs.	0.00	2.50
Asperges Californie, 2½ lbs.	0.00	3.50
Epinards	2 lbs.	0.00 1.60
Betteraves tranchées, 3 lbs.	0.00	1.32½
Blé d'Inde	2 lbs.	0.00 1.00
Blé d'Inde en épis, gal.	0.00	4.77½
Catsup, bte 2 lbs.	doz.	0.00 0.85
Catsup au gal.	doz.	0.00 5.00
Champignons hôtel, boîte	0.14	0.15
Champignons, 1er choix	0.20	0.21
Champignons, choix, btes	0.18	0.19
Choux de Bruxelles imp.	0.17	0.18
Choux-fleurs	2 lbs.	0.00 1.65
Citrouilles	3 lbs.	0.00 0.82½
Citrouilles	gal.	2.52½ 2.55
Epinards	gal.	0.00 5.30
Epinards	2 lbs.	0.00 1.27½
Epinards	3 lbs.	0.00 1.77½
Epinards imp.	bte	0.12 0.13
Fèves Golden Wax, 2 lbs.	0.97½	1.00
Fèves Vertes	2 lbs.	0.97½ 1.00
Fèves de Lima	2 lbs.	0.00 1.35
Flageolets importés	bte	0.13½ 0.15
Haricots verts imp.	bte	0.13 0.17
Macédoine de légumes, bte	0.10	0.16
Marinades en seau, 5 gal.	0.00	2.25
Petits pois imp. moyens bte	0.11	0.11½
Petits pois imp. mi-fins bte	0.11	0.12
Petits pois imp., fins, bte	0.16	0.17
Petits pois imp. ext. fins, bte	0.17	0.18
Petits pois imp., surfins, bte (manquent)		
Pois Can. English Garden	0.00	1.25
Pois Can. Early June	0.00	1.30
Pois Sweet Wrinkled	0.00	1.45
Pois Can. Ext. Fine Sifted	0.00	1.75
Succotash	2 lbs.	0.00 1.15
Tomates P. S. I., 3 lbs.	0.00	1.60
Tomates P. S. I., 3 lbs. non livrées	0.00	0.00
Tomates, 3 lbs., doz.	1.35	1.4.
Tomates, gall.	4.00	4.02½
Truffes, ½ boîte	5.00	5.40

**Conserves de fruits**

Très bonne demande.		
Par doz., groupe No 1 No 2		
Ananas coupés en dés,	1½ lb.	0.00 2.25
Ananas importés	2½ lbs.	0.00 3.25
Ananas entiers (Can.)	3 lb.	0.00 2.30
Ananas tranchés (Can.)	2 lb.	0.00 1.75
Ananas râpés (emp. Can.)	2 lbs.	0.00 1.77½
Bluets Standard	doz.	0.00 1.25
Cerises rouges avec noyau,	2 lbs.	1.55 1.55½
Fraises, sirop épais,	2 lbs.	0.00 2.15
Framboises, sirop épais,	2 lbs.	2.12½ 2.15
Gadelles rouges, sirop épais,	2 lbs.	0.00 1.97½
Gadelles noires, sirop épais,	2 lbs.	0.00 2.00
Groseilles, sirop épais,	2 lbs.	0.00 2.00
Marinades can. 1 gal.	gal.	0.00 0.80
Olives, 1 gal.	gal.	1.27½ 1.70
Pêches jaunes	2 lbs.	0.00 1.50
Pêches	3 lbs.	0.00 2.25
Poires (Bartlett)	2 lbs.	1.75 1.77½
Poires	3 lbs.	2.35 2.37½
Pommes	3 lbs.	0.00 1.10
Mûres, sirop épais	2 lbs.	0.00 2.00
Pommes Standard	gal.	2.52½ 2.55
Prunes Damson, sirop épais,	2 lbs.	1.10 1.15
Prunes Lombard, sirop épais,	2 lbs.	0.00 1.02½
Prunes de Californie, 2½ lb.	0.00	2.74
Prunes Greengage, sirop épais	2 lbs.	0.00 1.30
Rhubarbe Preserved,	2 lbs.	0.00 1.50
Cerises blanches	doz.	0.00 2.25
Cerises noires	doz.	0.00 2.40
Framboises	doz.	0.00 2.40
Mûres	doz.	0.00 2.40

Gadelles rouges	doz.	0.00 2.40
-----------------	------	-----------

**Conserves de poissons**

Très bonne demande.		
Nous cotons:		
Anchois à l'huile (suivant format)		
Caviar	½ lb. doz.	1.60 4.50
Caviar	¼ lb. doz.	3.60 3.75
Crabes	1 lb. doz.	7.00 7.20
Crabes	1 lb. doz.	3.75 3.00
Crevettes en saumure, 1 lb.	0.00	1.40
Crevettes sans saumure, 1 lb.	0.00	1.80
Finnan Haddies	doz.	1.35 1.40
Harengs frais, importés, doz.		
Harengs marinés, imp. "	1.15	1.20
Harengs aux Tom., imp. "	1.40	1.65
Harengs kippered, imp. "	1.35	1.40
Harengs kippered, imp. "	1.45	1.70
Harengs canadiens kippered	0.95	1.00
Harengs canadiens, sauce tomates	0.95	1.00
Homards, bte plate, 1 lb. "	5.75	5.80
Homards, bte plate, ½ lb. "	3.05	3.10
Homards, bte h., 1 lb. "	5.40	5.50
Huitres (solid meat), 5 oz. doz.		
Huitres (solid meat), 10 oz.,	0.00	1.40
Huitres	doz.	0.00 2.00
Huitres	1 lb.	0.00 1.40
Huitres	2 lbs.	0.00 2.25
Maquereau, tin 1 lb., la doz.	0.00	1.45
Morue No 2	lb.	(manque)
Morue grosse en quart lb.	1 lb.	(manque)
Royans aux truffes et aux achards	bte	0.17 0.18
Sardines can. ½ bte, cse	2.75	3.00
Sardines françaises, ½ btes	0.16½	0.31
Sardines françaises, ¼ btes	0.22	0.50
Sardines Norvège, ½ bte	7.50	11.00
Sardines Norvège, ¼ bte	17.00	18.00
Sardines Royan à l'huile, ½	0.40	0.42
Sardines sans arêtes	0.23	0.24
Saumon Labrador 100 lbs.	0.00	8.50
Saumon Cohoes, Fraser River, 1 lb.	0.00	1.90
Saumon rouge:		
Horse Shoe et Clover Leaf, boîte basse, ½ lb.	doz.	0.00 0.90
Horse Shoe et Clover Leaf, boîte plate, 1 lb.	doz.	0.00 2.90
Saumon rouge Sockeye (Rivers' Inlet), bte haute, 1 lb.	doz.	(manque)
Saumon rouge du printemps, bte haute, 1 lb.	doz.	0.00 2.35
Saumon Humpback, 1 lb.	doz.	0.00 1.00
Truite des mers 100 lbs.	0.00	7.00
<b>HARENGS DU LABRADOR</b>		
Quarts		5.25
½ quarts		3.00
<b>FROMAGES IMPORTES</b>		
Bonne demande.		
On cote le fromage de Gruyère:		
Fromage entier de 26½ lbs. ou de 80 lbs., 28c à 30c la livre.		
En quantité moindre, 28c la livre.		
Le fromage de Roquefort se vend de 32c à 33c la lb. et le Limbourg, 24c la livre.		
On cote encore:		
Gorgonzola	lb.	0.25
Edam	"	0.24
<b>PRODUITS CHIMIQUES ET DROGUES</b>		
Nous cotons:		
Acide borique, brls de 336 lbs., lb.	0.10	
Alun, barils de 336 lbs.	"	0.01½
Alun, barils de 112 lbs.	"	0.02
Arcanson, lb.	0.03½	0.04½
Blanc de céruse, brls de 336 lbs.		
Bois de campêche, pqt de ½ lb.	0.03½	

100 lbs.	0.65
Borax en cristaux, brls de 336 lbs.	0.05 0.06
Boules à mites	0.00 0.00
Camomille	0.00 0.40
Camphre (Extrait de):	
boîtes de 12 lbs.	0.00 0.08
btes 24 lbs., pqt 1 lb.	0.00 0.08½
Camphre, la livre	0.00 0.75
Carbonate d'ammoniaque, brls 112 lbs., 4 lbs.	0.15 0.20
Cire blanche lb.	0.40 0.45
Couperose, brls 370 lbs.	0.01 0.02
Crème de tartre lb.	0.24
Gélatine rouge en feuilles	0.60
Gélatine blanche en feuilles	0.35
Gélatine Knox en feuil., doz.	1.25 1.30
Gomme arabique lb.	0.15 0.16
Houblon pressé, lb. (manque)	
Lessive commune doz.	0.35
Lessive commune grosse	3.75
Paraffine pour cierges, lb.	0.10 0.12
Plâtre à terre, sac 100 lbs., sac	0.70
Poudre insecticide lb.	0.00 0.50
Résine blanche	0.03½ 0.05
Résine G., suiv. quant.	0.02½ 0.04
Salpêtre en cristaux, brls 112 lbs.	0.05 0.06
Sel à Médecine	0.01 0.02
Sel d'Epsom sac 224 lb.,	0.01½ 0.03
Soda à pâte, 112 lbs.	0.00 2.00
Soda à laver:	
Sacs 224 lbs., 100 lbs.	0.75 0.80
Soude caustique en mor. lb.	0.00 0.02½
Soufre en bâtons, brls 336 lbs.	0.01½ 0.03
Soufre moulu sacs 112 lb.	1.65 1.70
Tourteaux de lin moulu, sac	1.60 1.70
Vitriol, brls	0.06½ 0.07

**BOUGIES, CIERGES ET HUILES DE SANCTUAIRE**

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

**PLATS EN BOIS**

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

**CUVETTES EN BOIS**

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

**BALAIS**

Nous cotons:	
Avec manches ordinaires	La doz.
A longs manches	0.00 2.65
Mêlés de jonc, 4 cordes	0.00 3.10
2 cordes	0.00 2.40
3 cordes	0.00 2.50
4 cordes	0.00 2.75
5 cordes	0.00 3.50
Le papier manille, 13 x 17, est coté 22c.	

**EPINGLES A LINGE**

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

**PAPIER D'EMBALLAGE**

Papier Manille en rouleaux	0.03½
----------------------------	-------

**Papier brun en rouleaux 0.03**  
**MECHES, BRULEURS ET VERRES DE LAMPES**

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

**SAVON DE CASTILLE**

Le savon de Marseille 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. 0.57½
Caisse de 4 doz.	" 0.60
Graisse au mica.	
Boîtes de 1 lb. (par 3 doz.)	
doz.	0.90 0.95
Boîtes de 3 lbs. (par doz.)	doz. 2.25

**HUILE D'OLIVE**

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

**HUILE DE CASTOR**

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

**HUILE DE FOIE DE MORUE**

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

**HUILE DE COTON**

Nous cotons:	
Au baril	0.95 1.10

**HUILE DE RICIN PHARMACEUTIQUE**

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

**VASELINE**

Nous cotons:	
"Bleu Seal"	
Blanche No 1	grosse 10.00
Blanche No 2	" 10.20
Jaune No 1	" 6.72
Jaune No 2	" 14.40

**BALAIS**

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.	" 1.50
2e qualité No 1	" 4.68
2e qualité No 2	" 7.50
Jaune No 1	" 0.60

Jaune No 2 " 1.25  
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	gol. 0.22
Standard Acme	le gal. 0.17½

**GRAINS ET FARINES**

**Marché de Chicago**

En raison de la plus grande moisson de blé d'hiver que l'Amérique ait jamais produite, les prix se sont affaiblis ces jours-ci. Les baisses étaient en général de 1½c à 1¼c. Le maïs perdait de ½c à ¾c, les avoines de ¼c à ¾c. On s'attend à ce que la prochaine moisson de blé établisse un nouveau record. La situation politique européenne s'améliore, ce qui a aussi une influence sur la baisse des cours.

**Marché de Montréal**

**Grains**

Les acheteurs étrangers n'ont guère recherché le blé de printemps du Manitoba ces jours-ci, les câblogrammes de Londres rapportent des ventes de No 2 du Nord en transit à 38 s. 6 d. et pour expédition en mai à 36 s. 4½ d.; le No 3 du Nord pour expédition juin-juillet à 35 s. 3 d. Quelques ordres sont arrivés pour de l'avoine sur la nouvelle base de vente et comme les prix offerts étaient supérieurs de 1½ d.; quelques chargements ont été vendus. Il y a quelque demande pour des acheteurs locaux pour blé de fourrage du Manitoba; quelques lots de wagons se sont vendus à raison de 68c à 70c le boisseau, ex-magasin.

Les affaires sur l'avoine disponible continuent à être très calmes en raison du fait que les acheteurs semblent être encore assez bien approvisionnés. Le ton du marché est soutenu, le No 2 de l'Ouest canadien est coté 42½c; le No 1 extra pour fourrage à 41½c; le No 1 pour fourrage à 40½c par boisseau, ex-magasin. La demande pour le maïs américain est lente et le ton du marché est faible.

**Nous cotons:**

Avoine C.W. No 1 Ext. Feed	0.41 0.42
Avoine C.W. No 2	0.42 0.42½
Avoine C.W. No 9	0.40½ 0.41½
Avoine Qué. et Ont. No 2	manque
Avoine Qué. et Ont. No 3	0.36 0.36½
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	0.64 0.65
(Blé-d'Inde nouveau.)	
Orge moulée	manque

**Marché de Montréal**

**Farines**

Il n'y a pas eu d'amélioration dans la demande européenne de farine de blé du printemps; par suite, les affaires, de ce côté, continuent à être très calmes pour cette saison. Le ton du marché local est ferme, le volume des affaires pour compte local et extérieur est assez considérable; les ventes de rères patentes se sont faites à raison de \$5.40; les 2èmes à raison de \$4.90 le baril, en sacs. La demande pour la farine de blé d'hiver est calme; les prix se maintiennent. Les patentes de choix se vendent à \$5.25; les straight rollers de \$4.85 à \$4.90 par baril, en barils.



## Issues de blé

## Issues de blé

Un assez fort montant d'affaires a été fait sur le son pour le compte de l'exportation aux Etats-Unis et pour le continent. Le commerce local est calme, les prix sont inchangés; le son est à \$19, les shorts à \$22; les middlings à \$25 la tonne, sacs compris. La demande est calme pour les mouillées. Pur grain, \$32 à \$34 offert; mélangée, \$28 à \$30 la tonne.

Pas d'amélioration dans la demande pour les avoines roulées; marché calme, prix soutenus à \$4.35 le baril, en baril, et \$2.05 le sac.

La farine de maïs est inchangée à \$3.75 le baril, et \$1.85 le sac.

## Nous cotons:

## Patentes du printemps:

Royal Household	2 sacs	5.40
Five Roses	2 sacs	5.40
Glenora	2 sacs	4.90
Harvest Queen	2 sacs	4.90

## Fortes à Boulanger:

Bakers Special	2 sacs	4.70
Manitoba S. B.	2 sacs	4.70
Keetob	2 sacs	4.70
Monticalm	2 sacs	4.70

## Patentes d'Hiver:

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

Farine de blé-d'Inde blanc pour boulangers, 2 sacs	4.20
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	19.00
Gru Man., au char, tonne	21.00
Middlings d'Ontario, au char, tonne	27.00 28.00
Moulée pure, au char	32.00 34.00
Moulée mélangée, au char	30.00 31.00

## FOIN PRESSE ET FOURRAGE

## Marché de Montréal

Nous cotons comme suit, au char:

Foin pressé No 1	13.00	14.00
Foin pressé No 2 extra	11.50	12.00
Foin pressé No 2 bon	10.00	11.00
Foin pressé No 3	9.00	10.00
Foin mélangé de trèfle	10.00	11.00

## Marché anglais

## BEURRE

MM. Mills et Sparrow nous écrivent de Londres à la date du 25 avril 1913:

Pendant la dernière semaine, le temps a changé et nous avons bénéficié de conditions atmosphériques printanières, ce qui a amené les acheteurs à penser aux nouveaux beurres d'herbe, bien que, comme de raison, ils sont en ce moment en très petites quantités; néanmoins, la production augmente graduellement en ce pays, en Irlande et sur le continent; la tendance des prix est plutôt vers la baisse, comme c'est l'habitude en cette saison.

Australien. — Les affaires sont assez actives, mais la demande porte surtout sur les bonnes qualités qui sont rares. Les qualités secondaires de beurre frais et salé se vendent avec une certaine dif-

ficulté et on a dû accepter des prix moins élevés pour liquider les stocks.

Néo-Zélandais. — Les beurres qui se trouvaient à bord du vapeur "Remuera" ont été l'objet d'une excellente demande et ce vapeur est maintenant débarassé de toute s acargaison. Les prix se sont assez bien maintenus et la qualité a donné en général satisfaction.

Les arrivages des colonies ont été cette semaine les suivants:

Australien. — Vapeur "Pera", 9,700 boîtes.

Danois. — Les cotes cette semaine se sont élevées d'un kroner.

Sibérien. — Les arrivages s'élèvent à environ 10,000 tonneaux et la qualité est exceptionnellement bonne. La couleur de ce beurre est cependant très claire, ce qui fait qu'il ne plaît que dans certains quartiers.

## Nous cotons:

Danois, haut choix	119/0 à 121/0
Sibérien, haut choix	102/0 à 104/0 à 106/0
Sibérien, choix	98/0 à 100/0
Sibérien, bon	94/0 à 96/0
Victorian, haut choix, salé	108/0 à 110/0
Victorian, choix, salé	100/0 à 106/0
Victorian, haut choix, sans sel	112/0 à 114/0
Victorian, choix, sans sel	104/0 à 108/0
Nouvelles-Galles du Sud, haut choix, salé	108/0 à 110/0
Nouvelles-Galles du Sud, choix, salé	100/0 à 104/0
Nouvelles-Galles du Sud, haut choix, sans sel	110/0 à 112/0
Nouvelles-Galles du Sud, choix, sans sel	102/0 à 106/0
Queensland, haut choix, salé	106/0 à 108/0
Queensland, choix, salé	98/0 à 102/0
Queensland, haut choix, sans sel	110/0 à 112/0
Queensland, choix, sans sel	104/0 à 106/0
Queensland, bon	98/0 à 102/0
Nouvelle-Zélande, haut choix, salé	112/0 à 114/0
Nouvelle-Zélande, choix, salé	106/0 à 108/0
Nouvelle-Zélande, haut choix, sans sel	114/0 à 116/0
Argentine, haut choix, salé	104/0 à 106/0
Argentine, haut choix, sans sel	108/0 à 110/0

## FROMAGE.

## Marché de Montréal

Haut choix, de l'Ouest courant	11¼c à 12c
Haut choix, de l'Ouest octobre	12¼c à 12¾c
Haut choix, de l'Ouest septembre	13c à 13¼c
Prix vendants aux épiciers	
Fromage fort, blanc, à la meule au morceau	17c 18c
Fromage de Gruyère	27c à 28c
Fromage Oka	23c

## Marché anglais

## FROMAGE

MM. Mills et Sparrow nous écrivent de Londres à la date du 25 avril 1913:

Les affaires ont été un peu meilleures cette semaine, bien que les prix aient été quelque peu irréguliers. Il y a enco-

re nombre de plaintes au sujet de la qualité, mais, somme, toute, nous croyons qu'il n'y a pas lieu de se montrer mécontents.

Le fromage des derniers vapeurs arrivés ici était certainement bien meilleur que celui qu'ils ont transporté au début de la saison. Il paraît être plutôt trop coloré en ce moment, mais sans doute cela s'améliorera d'ici peu.

## Nous cotons:

Canadien, haut choix, blanc et coloré	63/0 à 64/0
Canadien, choix, blanc et coloré	60/0 à 62/0
Néo-Zélandais, haut choix, blanc et coloré	58/0
Néo-Zélandais, choix, blanc et coloré	56/0 à 57/0

## OEUFs

L'emballage en frigorifique bat son plein.

## Marché de Montréal

No 1	22c
No 2	20c
Strictement frais, choisis	25c
Strictement frais, en boîtes en cartons d'une douzaine, la doz., par caisse de 30 douzaines	26c

## Marché de Montréal

## BEURRE

Haut choix, de crèmerie, frais, solide	28c
Choix, de crèmerie, frais, blocs d'une livre	28½c
Seconds, de crèmerie, solide	26c
Seconds, de crèmerie, blocs d'une livre	26½c
Beurre de ferme	23c à 24c
Beurre de ferme en rouleaux	23c à 24c

## PEAUX VERTES

Très bonne demande.	
Boeuf inspecté	13.50
Veau	19.00
Mouton, chaque	1.10

## LEGUMES

Céleri, la douz.	0.00	1.00
Betteraves, le sac	0.00	0.90
Carottes, la poche	0.00	0.75
Oignons Egyptiens, crate	0.00	2.50
Navets, le sac	0.00	1.00
Panais, la poche	0.00	1.00
Patates, le sac de 90 lbs	0.00	0.75
Persil, la doz.	0.25	0.30
Poireaux, la douz.	0.20	0.40
Raifort, la lb.	0.40	0.45
Salade de Montréal, doz.	0.00	0.60
Haricots verts, panier	0.35	0.40
Haricots jaunes, panier	0.35	0.40
La caisse	0.50	0.75

## FRUITS VERTS

Bananes, régime	2.00	2.50
Jumbo	0.00	2.75
Citrons Messine (300c)	0.00	3.50
Oranges Valence No 420	manquent	
Russette	0.00	4.60
Spy	0.00	5.50
Ben-Davis	0.00	3.25
Pewaukee	manquent	
Baldwin	0.00	4.00
Greening	3.50	5.00

## Table Alphabétique des Annonces

Amatite Roofing.....	44	Cowan & Britton.....	50	Jonas & Co., Henri Couverture 2		Pilkington Bros.....	50
Assurance Mont-Royal....	33	Crothers W. G., Ltd. ....	5	King Frédéric.....	11	Plouffe A. Melle.....	35
Baker & Co. (Walter).....	14	Dalton Adding Machine Co.	12	Labrecque & Pellerin.....	8	Prêt Immobilier Limitée...	15
Banque de Montréal.....	36	Desmarteau Alex.....	35	Lacaille, Gendreau & Cie..	14	Prévoyants du Canada, (Les)	32
Banque d'Hochelaga.....	36	Dominion Belting Co. Ltd.	50	La Prévoyance.....	33	Prevost & Bédard.....	34
Banque Nationale.....	36	Dom. Canners Co., Ltd....	3	La Sauvegarde.....	32	Quebec Steamship.....	36
Banque Molson.....	36	Dom. Cartridge Co.....	43	Leslie & Co., A. C.....	40	Rolland & Fils, J. B.....	34
Banque Provinciale.....	36	Dougall Varnish Co.....	42	Liverpool & London & Globe	32	Rowat & Co.....	5
Bélanger & Bélanger.....	35	Dupré P. W. L & Cie.....	48	Lufkin Rule Co.....	47	Sapho Mfg Co.....	13
Bowser, S F. & Co.....	5	Esinhart & Evans.....	32	Marion & Marion.....	34	Savage (The G. M.).....	19
Brandram Henderson Ltd..	40	Fairbank N. K.....	6	Martin-Senour.....	42	Simonds Canada Saw Co...	46
Bright Light Co.....	45	Federal Life Assurance Co.	32	Materazzo A.....	34	Smart Mfg. Co. (The Jas)..	49
British Colonial Fire Ass..	33	Fontaine Henri.....	34	Mathieu (Cie J. L.).....	10	Snap Co.....	12
Brodie & Harvie.....	14	Fortier Joseph.....	34	Matthews-Laing Co.....	8	Société des Eaux Purgati-	
Canada Cement Co., Ltd... 44		F. O. C.....	34	Maxwell & Sons (David) ..	47	ves Riga.....	9
Canada Starch Co. Ltd. Couvert		Gagnon, P.-A.....	34	McArthur, A.....	50	Stratford Mfg. Co.....	50
Canada Life Assurance Co..	33	Garand, Terroux & Cie....	35	Metropolitan Life Ins. Co..	32	St. Lawrence Sugar Co....	10
Canada Paint.....	39	Gendron Mfg. Co.....	49	McGill Cutlery Co.....	34	Sun Life of Canada.....	33
Can. Milling Agency. Couvert		Gillett Co. Ltd., [E. W.]	18	McLaren & Co. (D.K.) ....	50	Taylor Forbes Co. Ltd.....	51
Canadian Pacific Ry.....	11	Gonthier & Midgley.....	34	Montbriand, L. R.....	34	Théâtre National.....	51
Canadian Postum Cereal Co	31	Grand Trunk Railway....	10	Montreal-Canada Ass. Co..	33	Tippet & Co., A. P.....	8
Canadian Salt Co.....	13	Greening Wire Co.....	49	Montreal Dairy Co.....	9	Union Mutual.....	33
Cavers Bros.....	44	Gunn, Langlois & Cie.....	8	Mooney Biscuit Mfg. Co..	14	United Shoe Machinery Co.	
Charbonneau Elie.....	14	Hall Coal [Geo].....	48	Morrow Screw, Ltd., The		Ltd.....	7
Church & Dwight.....	5	Hamilton Cotton Co.....	48	John.....	51	Upton & Co. (The T.)....	14
Cie Can. Prod. Agricoles... 9		Hodgson Summer Co.....	13	Mott, John P., & Co.....	35	Western Ass. Co.....	32
Cie d'Assurance Mutuelle		Hotel New Victoria.....	34	Nova Scotia Steel Co.....	36	Wilks & Burnett.....	34
du Commerce.....	33	Hudon & Orsali, Ltée....	17	O'Shea J. P.....	40	Young, Bédard & Eggleton	10
City Ice Co., Ltd.....	15	Hurteau, Williams & Cie..	4				
Clark, Wm.....	15	Hutton Jas.....	40				
Chapin Stephens.....	44	International Stock Food Co.	13				
Cannors, Bros.....	18	International Varnish Co.	42				
Cottam Bart.....	34						
Couillard Auguste.....	34						

Aimez-vous un article qui se vend vite ?

# POST TOASTIES

Sont des marchandises rapides à écouler.

Elles vont promptement des tablettes du marchand détaillant à la table du consommateur, — par suite de la grande publicité continue de haute valeur.

Les ordres de renouvellement se succèdent parce que les gens aiment la saveur de "toasty". Le bénéfice est large et les épiciers n'ont jamais trop de stock, la vente de chaque paquet est garantie par le fabricant !

Cela rapporte d'emmagasiner et de  
POUSSER la vente des Post Toasties !

Fabriqué par Canadian Postum Cereal Co., Ltd., Manufacturiers d'aliments purs, Windsor, Ont.

**METROPOLITAN**

Life Assurance Co'y

:-: of New-York :-:

(Compagnie à Fonds Social)

Actif.....\$397,965,341.31  
 Polices en vigueur au 31 décembre 1912..... 12,837,042.  
 En 1912, la compagnie a émis au Canada des polices pour..... 32,185,993  
 Elle a déposé entre les mains du Gouvernement Canadien et de fidé-commiss canadiens, exclusivement pour les Canadiens, environ.....\$16,000,000.

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

**WESTERN ASSURANCE CO.**

INCORPORÉE EN 1881

ACTIF, au-delà de \$3,284,179.93

Bureau Principal: TORONTO, Ont.

Hon. GEO. A. COX, Président.

W. R. BROCK, Vice-Président.

W. B. MEIKLE, Gérant-Général.

C. C. FOSTER, Secrétaire.

Succursale de Montréal:  
61 RUE ST-PIERRE.

ROBT. BICKERDIKE, Gérant

**THE FEDERAL LIFE ASSURANCE CO.**

BUREAU-CHEF: HAMILTON CAN.

CHIFFRES D'AFFAIRES 1912

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

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

Téléphone : Main 553

**ESINHART & EVANS**

Courtiers d'Assurance

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

Agents principaux pour :

The Scottish Union & National Ins. Co.  
 d'Edinbourg.

German American Insurance Co.  
 de New-York.

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

**Assurances**

AUGMENTATIONS DES RESPONSABILITES D'UN AGENT

(Suite)

Vous ne le pensez pas plus que moi. Il nous est donc réservé à tous et surtout à vous qui, par votre métier êtes journellement en contact avec le grand public, de faire tout votre possible pour faire bien sentir cette vérité à tout homme qui, en raison de sa police, a des intérêts communs avec la compagnie qui a donné sa police.

Le public sent que les polices d'assurance le protègent, que les versements de primes se font pour qu'on puisse payer à échéance le montant stipulé dans la police. C'est à peu près là tout ce dont le public se rend compte. La nécessité et le principe de la réserve ainsi que des lois d'évaluation ne sont pas compris en général. L'assuré en général ne se rend pas compte que dès que sa police d'assurance est rédigée, la compagnie qui la signe a réellement et en vertu des lois uniformes de l'Etat une certaine obligation à remplir et qu'elle doit s'arranger pour faire face à cette obligation en réservant la majeure partie de la prime annuelle pour constituer un fonds qui représente de suite la responsabilité de la compagnie envers ses assurés vivants et leur part équitable dans l'actif. On devrait bien faire voir à l'assuré et au public la raison de ces réserves et des lois sur les réserves. L'idée de l'assurance-vie, la désirabilité et la nécessité de cette forme de protection est devenue maintenant bien populaire, ce qu'il faut faire ensuite est de populariser les principes élémentaires du sujet comme vous et moi le comprenons.

Et en plus de cela il faut songer à une question d'égale importance, celle des méthodes d'affaires et les fonctions des compagnies dans les opérations commerciales rendues nécessaires parce que l'institution doit fournir cette protection qui est approuvée du public; il faut les expliquer souvent et complètement de façon qu'on approuve les moyens aussi bien que le but de l'institution. C'est tout le tableau qu'il faut que le peuple voie. Nous devons amener les gens à comprendre que bien que le premier but des compagnies soit de vendre des assurances et de percevoir des primes en conséquence, la gérance même de ces affaires fait d'elles nécessairement des chambres de compensation où l'épargne et l'esprit d'entreprise ont des comptes réciproques, que tandis que l'argent s'écoule vers les caisses des compagnies, envoyé par leurs millions d'assurés économes, il y a un courant de re-

ASSUREZ-VOUS

DANS

**LA SAUVEGARDE**

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

Siège Social : 7 Place d'Armes  
 MONTREAL



Succursale au Canada, Bureau Chef à Montréal  
 DIRECTEURS

Sir Alexandre Lacoste, M. Chevalier, Ecr., William  
 Wolson Macpherson, Ecr., T. J. Drummond, Ecr.

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

**Les Prévoyants du Canada**

Assurance Fonds de Pension

CAPITAL AUTORISÉ \$500,000

Achetez des Parts des Prévoyants :

Parce que c'est un placement sans pareil :

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

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

Total de l'actif du Fonds de Pension seulement : \$305,126.01.

Bureau à Montréal :

**Chambre 22,  
 Edifio "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.

**COMPAGNIE MONTREAL-CANADA**

D'ASSURANCE CONTRE L'INCENDIE

Fondée en 1859

Téléphone Bell Main 5381

Actif..... \$557,885.95  
Réserve..... \$193,071.  
Autres Valeurs passives .... 20,68

**\$213,759.19**

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

**Bureau - Chef :**

No Rue St-Jacques, MONTREAL.

Ferd. Pagé, Gérant Provincial

**SUN LIFE of CANADA**

Actif ..... \$ 49,605,616.49  
Assurances en vigueur .... 182,732,420.00

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

tour, de force égale, partant des compagnies et se rendant sous forme de placements vers le monde d'entreprises commerciales.

Il faut attirer aussi l'attention sur ce point que la bonne administration et les diverses lois d'Etat exigent que ces placements soient bien garantis.

Il faudrait aussi bien faire comprendre que les fonds des compagnies sont consacrés presque entièrement à des améliorations permanentes. Ceci veut dire que mon dollar, votre dollar, celui de notre voisin ainsi que les dollars d'autres, dollars versés pour des assurances dans nos compagnies respectives, d'abord nous achètent de la protection pour nos familles, nous-mêmes, nos affaires, remplissent ce but puis continuent à être utile, et remplissant un double emploi, servent au développement du pays, rendant possible l'entreprise des travaux publics et encourageant les entreprises privées suivant des principes sûrs. Quand la loi permet à une compagnie d'assurance de placer de l'argent sur les obligations de la nation, de l'Etat et de la municipalité ou sur celles de n'importe quelle corporation solvable ou encore de prêter son argent pour faire des transactions sur les propriétés immobilières, sous forme d'hypothèques, elle permet à cette compagnie d'assurance de pénétrer dans la vie de l'Etat et de la nation et toujours comme puissance constructive.

(à suivre)

L'art de vendre est visiblement en retard sur l'art de fabriquer; il est donc nécessaire de le perfectionner.

**L'ASSURANCE MONT-ROYAL**

(Compagnie Indépendante (Incendie))

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

Une Police dans la **CANADA LIFE**

Devient une source de revenu.  
Police No. 35,407 Montant \$5,000

Age d'admission 35.

Vie 20 versements Date, 30 avril 1884

Total des primes payées \$3,140.  
Profits payés en espèces durant la période de paiement des primes. - - - \$729.10  
Profits payés en espèces en 1905 - - - - - 143.90  
Profits payés en espèces en 1910 - - - - - 198.00

**\$3,140.00 \$1,071.00**

Coût exact jusqu'en 1910 - - 2,069.00

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

**CANADA LIFE ASSURANCE CO**  
Bureau Chef - TORONTO, Ont

**La Compagnie d'Assurance MUTUELLE DU COMMERCE**

Contre l'Incendie

Actif excédant - - - \$550,000.00

DEPOT AU GOUVERNEMENT en conformité avec la nouvelle Loi des Assurances de Québec, 8 Edouard VII, Chap. 69. Bureau-Chef; 181 rue Clarendon, St-Hyacinthe

Assurez vos Glaces Immédiatement dans

**La Prevoyance**

Capital \$500,000.00

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

**ASSURANCE D'AUTOMOBILES**

Bureau Chef

160 rue St-Jacques, Montréal

Tel. Main-1626

**BRITISH COLONIAL**

**FIRE INSURANCE COMPANY**

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

Dépôt au Gouvernement du Canada. Licenciée pour toutes les Provinces. Garantie des Assurés \$507,359.01.

Agents demandés pour les districts non représentés.

Président : Hon. C. E. DUBORD. Directeur et Secrétaire : THEODORE MEUNIER. Gérant : H. W. THOMSON.  
Inspecteurs : B. A. CHARLEBOIS, Boîte Postale 208, Montréal, Qué. GAVIN BROWNE, Jr., 51 rue Yonge, Toronto, Ont. R. T. BROWN, Regina, Sask.

## PATENTES OBTENUES PROMPTEMENT

Dans tous les pays. Pour renseignements de mandez le Guide de l'inventeur qui sera envoyé gratis.  
MARION & MARION, 354 rue Université, angle de la rue Ste-Catherine, Edifice de la Banque des Marchands.

### NEW VICTORIA HOTEL

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

### JOSEPH FORTIER

Fabricant-Papetier

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

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

Résidence 2922 St-Hubert

A. MATERAZZO

ALIAS

### A. MATRASSE

Empaqueur de Légumes

Manufacture: 1349 rue Huntly, Montréal

### ON DEMANDE

Un teneur de livres aux courses (bookmaker) de très bonne réputation qui peut fournir les meilleures références désire trouver un associé avec \$2,500 pour opérer sur le Grand Circuit Canadien cet été. S'adresser F. C. O., 200, avenue Claremont, Apt 35, New-York City.

## Renseignements Commerciaux

### Dissolutions de sociétés

Lachine—Marcotte, A., et A. Racette, entrepreneurs.

Montréal—Elite Ladies Tailoring Co., Mme S. Press continue sous la même raison sociale; Harrison & Son, C. L. Macadam, liquidateur, agents de manufactures; Pacaud, A. L. Ltd., liquidation volontaire, C. A. Wallace, liquidateur; Palace Market, L. Bessette continue sous la même raison sociale; Rea & Skea, plombiers; Shawinigan Falls Construction & Realty Co., P. Bernard, J. Brosseau et A. S. Deguire continuent sous la même raison sociale; St-Pierre & Benoit, agents d'immeubles; Lavoie & Dion, thés en gros, etc.

St-Albert de Warwick—Jutras & Frères, scierie mécanique.

Montréal—Becker Steel Co. of Canada; Imperial Hardwood Flooring Co.

### Fonds vendus

Coaticook — Mme Fournier, O. C., nouveautés.

Québec—Béland, Hector, tailleur; actif vendu.

Shawinigan Falls—Normand, T. N., quincaillerie.

La Tuque—Moses, S., nouveautés, etc.

Gracefield—Clément, J. O., hôtel.

Maniwaki—Vaillancourt, Luc, hôtel de tempérance.

Scott—Scott Furn. Co., actif vendu, manufacturiers.

St-Gabriel de Brandon—Soubhani, J. N., nouveautés.

### En difficultés

Montréal—Eastern Quarries of Canada Ltd., mise en liquidation accordée; Gamelin, J. N., quincaillerie; Grisé, Miss Odila, consent à faire cession de ses biens, modes; Kirvan-Dorg Ltd., mise en liquidation accordée, Alex. Desmar-

GEO. GONTHIER  
Expert Comptable et  
Auditeur

H. E. MIDGLEY  
Comptable-Incorporé

**GONTHIER & MIDGLEY**  
Comptables & Auditeurs

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

Adresse télégraphique  
"Gonthier"

### 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

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

Spécialité: Poêles de toutes sortes

Nos. 232 & 239 rue St-Paul

Ventes 12 et 14 St-Amable, MONTREAL

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

## P. A. GAGNON

Comptable Licencié

(Chartered Accountant)

Chambre 316, 318, 317  
Edifice Banque Québec.  
11 Place d'Armes, MONTREAL.  
Téléphone Bell Main 4912

Arthur W. Wilks. Alexander Burnett

## WILKS & BURNETT

Comptables, Auditeurs, Commissaires pour toutes les Provinces.

Règlement d'affaires de Faillites

501 Bâtisse Banque des Marchands

Téléphone Bell Main 5500  
Marchands 849 MONTREAL

EUGENE PREVOST RODOLPHE BEDARD

## PREVOST & BEDARD

Comptables,  
Liquidateurs,  
Auditeurs.

Spécialité: Règlements de différends

Suite 506 Edifice Royal Trust

107 ST-JACQUES

RELI. TEL. MAIN 1056 MONTREAL.

## La Carabine "Bayard" à Chien et Détente Automatiques



Décharge puissante. Ligne élégante. Simplicité de mécanique. Pièces interchangeables. Traverse trois pouces de sapin Pèse 4 livres. Peut-être démontée rapidement rien qu'avec un tournevis.

ECRIEZ POUR AVOIR UNE BROCHURE DESCRIPTIVE.

McGILL CUTLERY CO., (REG'D) - - P. O. Box 580, Montréal.

**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%

**CHOCOLAT "ELITE"**  
 Non sucré

**DÉS ÉPICIERS**  
 Pour tous les

**Besoins de la Cuisine**

Tablettes de ¼ 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".

TÉL. BELL MAIN 6409.

**JOURNAL DE LA JEUNESSE.** — Sommaire de la 2107<sup>e</sup> livraison (19 avril 1913). — Le gros lot, par Albert Cim. — Les étoiles variables, par Gabriel Renaudot. — Aux pays balkaniques: Belgrade, capitale de la Serbie, par Louis Rousselet. — Ce que coûte un navire de guerre, par Henry Bourgeois. — Un corsaire de 13 ans, par Charles Géniaux. — Mots d'esprit, par André Savignon. — L'influence d'un morceau de papier sur l'hygiène publique, par Daniel Bellet.

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

Le numéro: 40 centimes.

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

teau, liquidateur provisoire, manufacture de chaussures; Outremont Plumbing Co.; Shew, J. M., pourvoyeur.

Wotton—La Compagnie Vilandre Ltd. demande de mise en liquidation, M. G.

**Liquidateurs**

Montréal — W. H. Fisher à Charles Elevator Co. Ltd.

**Décès**

Montréal—Chapman, Dart & Cie Ltée H. J. Dart, président, décédé, produits pharmaceutiques en gros.

Trois-Pistoles—Compagnie T. P. Pelletier, Hon. T. P. Pelletier, président, mort.

Montréal — Kussner Frères, Isaac Kussner, décédé, manufacturier de blouses.

Québec—Price, H. M. & Co., H. M. Price, seul propriétaire, décédé, bois de charpente, etc.

Montréal—Notman, Wm. & Son, Wm. McF. Notman, décédé, photo.; F. X. Robillard, entrepreneur.

St-Hyacinthe—Bédard, L. G., fonderie, etc.

**Cessions de biens**

Montréal—Garayt Knitting Co.; Mlle Hermine Dubois à Chartrand & Turgeon, nouveautés et modes.

La Macaza — Godon, Gédéon, J. E. Couture, Hull, gardien provisoire, hôtel, etc.

Woburn—Onésime Chouinard, M. G.

Montréal—Shew, J. M., assemblée des créanciers le 9 courant, provisions.

**Nouvel associé**

Montréal—E. J. Ker devient associé de Dalrymple, James & Sons, même raison sociale, produits en gros.

**Changement de raison sociale**

Montréal—Ormsby, Clapp & Anderson Ltd. devient Clapp & Anderson Ltd.

**Fonds vendus**

Mont Laurier—Janisse, A., M. G.

Montréal — Aronson & Rutenberg, prêteurs sur gages; Pappas, C. H., restaurant; Viau & Frère, articles de modes pour hommes; Crépeau, H. M., meubles.

**Dissolutions de sociétés**

Montréal—Camp, C. M., marchand; Colonial Fluid Beef and Specialty Co.; F. P. Bilodeau, liquidateur.

Hull—Hull Shoe Co., I. Zumar, successeur, chaussures.

**Curateurs**

Montréal—Jago, F. J. & Cie, entrepreneurs, A. E. Balfry et K. Stinson, curateurs.

**En difficultés**

Montréal—Courville, Jos., demande contestée de cession de biens, articles de modes pour hommes; Calumt Metal Co., ordre de mise en liquidation accordé; Kirving-Doig Ltd., assemblée de créanciers et d'actionnaires le 9 courant, manufacture de chaussures; Golden Crown Clothing Co., compromis; Lesage Maxime, demande contestée de cession de biens, boucher; Milen, A., demande de cession de biens, chaussures, V. Lamarre, gardien provisoire; Montreal Wreckage and Construction Co. Ltd., mise en liquidation accordée, V. Lamarre, liquidateur provisoire; Mme Racette, Euclide, demande contestée de cession de biens, hôtel.

Wotton—La Cie Vilandre Ltd., ordre de mise en liquidation accordé, assem-

blée des actionnaires et créanciers le 16 mai 1913, M. G.

**Nouveaux établissements**

Montréal—Aubin & Bertrand, agents; Cabotia Steamship Co. Ltd.; Cartier Realty Co. Ltd.; Central Land Co. Ltd.; Dudemaine & Co., agents d'immeubles; Elegant Ladies Tailor; Murray & McRitchie, entrepreneurs; F. X. Royer & Fils, épiciers; C. W. Strang, constructeur.

Montréal—W. Chart and & Co., épicerie; Colonial Securities Corporation; Empire Secret Service; Epstein & Weinberg, épicerie, poissons et volailles; Gentile & Gigliotti, entrepreneurs; Grenon & Laplante, agents d'immeubles, etc.; Guilbault & Cie; L'Association du Courreur des Bois Ltée; Marché National; W. F. Meyers Diamond Saw Tooth & Tool Co.; Moise Boyer & Co., nouveautés; Outremont Lumber Co.; Positive Clutch & Pulley Works Ltd.; Richelieu & Ontario Navigation Co. Ltd.; Warren Bros., entrepreneurs; Wedgewood Park Co. Ltd.

Québec—Club Baseball Québec; J. B. Drolet & Co., fabricants de chaussures; Elegant Tobacco Store, tabacs; J. J. Miller & Co., sable; Pouliot & Gingras, épiciers.

Montréal—Johnson Art Galleries Ltd; John E. Rennick, papeterie; United Tailors.

**ACTES INSCRITS AU BUREAU  
 D'ENREGISTREMENT A TROIS-  
 RIVIERES, DURANT LA SEMAINE  
 TERMINEE LE 3 MAI 1913**

**Ventes**

Narcisse Garceau à Didime Héroux, Grand'Mère; Adolphe Héroux à Rodolphe Plourde, Grand'Mère; Adolphe Héroux à Anthime Normandin, Grand-Mère; Joseph Desaulniers à Adolphe Crochère, Grand'Mère; L. J. Dostaler à Désilets, Marchand & Gélinas, Grand-Mère; Adolphe Chartier à Jaurès Philibert, Grand'Mère; Lucien Morais à Ph. Gélinas, Grand'Mère; Héritiers Balcer à Banque Nationale, Trois-Rivières; Chs. Pagé à Joseph Lessard, Trois-Rivières; Corporation de Trois-Rivières à Sév. de Lottinville, Trois-Rivières; Louis Janvier à Pierre Leclerc et alias, Trois-Rivières; Chs. Pagé à Félix Gélinas, Trois-Rivières; Félix Gélinas à Alexandre Dupont, Trois-Rivières; Cléomène Sauvageau à Ernest Sauvageau, Trois-Rivières; Vve G. B. R. Dufresne à Jos. L. Fortin, Trois-Rivières; C. E. Lymburner à Geo. Baril, Shawinigan Falls; Moise Lavoie à Armand et J. Louis Liney, Shawinigan Falls; Albert Danis à Philias Charest, Shawinigan Falls; Hector Langevin à Alphonse Langevin, Shawinigan Falls; Louis Bertrand à Oscar Mandeville, Shawinigan Falls; Oscar Mandeville à Thomas Grenier, Shawinigan Falls; Shawinigan Water and Power Co. à Geo. Baril, Shawinigan Falls; Moise Boisvert à Zariffa Hains, Shawinigan Falls; Narcisse Grenier à Hervé Rompré, St-Mathieu; Narcisse Grenier à J. A. Bourassa, St-Mathieu; Canada Realty Co. à L. V. Chaussé, Shawinigan Heights; (a remereu Phi-

(A suivre à la page 51)



### 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. Greenshields, Sir Wm Macdonald, James Ross, Hon. Robert Mackay, Sir Thomas Shaughnessy, K. C. V.O.; David Morrice, C. R. Hosmer, A. Baumgarten, C. B. Gordon, H. R. Drummond, D. Forbes Angus.

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

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

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

Etats-Unis, New-York—R. Y. Hedden W. A. Bog, J. T. Mollieux, agts

Terre-Neuve : St. John's, Birchy Cove, Grand Falls, Mexique, Mexique, D. F.

### LA BANQUE PROVINCIALE DU CANADA

Siège Central : 7 & 8 Place d'Armes, Montréal, Can.

Capital autorisé \$2,000,000.00  
Capital payé et surplus au 31 Décembre 1912 \$1,588,866.11

Conseil d'Administration : Président : M. H. LAPORTE, de Laporte Martin & Cie, Administrateur Crédit Foncier Franco-Canadien, Vice-Président : M. W. F. 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. BRAUCHEMIN, propriétaire de la Librairie Beauchemin Ltée.; TANCREDE BIENVENU, Directeur-gérant; J. W. L. FORGET, Inspecteur; J. R. CHOQUET Assistant-Inspecteur; ALEX. BOYER, Secrétaire.

Général : Président : Honorable Sir ALEX. LACOSTE, Ex-Juge en chef de la Cour d'Appel; Docteur H. PERSILLIER LACHAPELLE, 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.

### LA BANQUE NATIONALE

FONDEE EN 1860.

Capital ..... \$2,000,000  
Réserve ..... 1,400,000

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

Notre bureau de Paris,

RUE BOUDREAU,

14 RUE AUBER,

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

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

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

85 Succursales dans tout le Canada.

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

### NOVA SCOTIA STEEL & COAL CO.

LIMITED  
MANUFACTURIERS

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

### GROSSES PIECES DE FORGE, UNE SPECIALITE

Mines de Fer, Wabana, Terre-Neuve.—Mines 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.

LIQUE DU ST-LAURENT, Montréal aux ports de la Côte de Gaspé, à Gaspé, Malbaie, Percé, Summerside, Charlottetown et Pictou) SS. "CASAPEDIA", 1900 TONNES, avec les accommodations les plus modernes pour passagers partira de Montréal jeudi, le 8 mai à 4 hrs p.m., et tous les quinze jours par la suite, et de Québec le jour suivant à midi.

### ALLEZ AUX BERMUDES

Le Steamer "Bermudian," à double hélice, 10,518 tonnes de déplacement, quittera New-York à 10.00 a.m., chaque 17 et 31 Mai et 11 a.m. 4, 14 et 28 Juin. Signaux sous-marins, télégraphie sans fil, orchestre. Voyage Record, 39 heures 20 minutes. Le plus rapide, le plus moderne et le seul steamer débarquant ses passagers aux quais aux Bermudes sans transbordement.

### ANTILLES

Le nouveau steamer "Guiana" et autres steamers, quittent New-York les 13 et 27 juin pour : St-Thomas, Ste-Croix, St-Christophe, Antigua, la Guadeloupe, la Dominique, la Martinique, Ste-Lucie, la Barbade et Demerara.

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

### BANQUE D'HOCHELAGA 1874-1913

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

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

Bureau Principal—Montréal

BUREAUX DE QUARTIERS

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

SUCCURSALES

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

Emet 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.

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

# Finances

## REVUE DE LA SEMAINE

### Calendrier financier

Vendredi, 9 mai—Assemblée annuelle de la Bourse de Montréal.

Mercredi, 14 mai—Assemblée annuelle, Goodwin's Ltd.

Jeudi, 15 mai—Dividendes trimestriels payables.

Actions: Brazil Trac. Light and P. Co.; Can. Converters Co.; Kaministiquia Power Co.; Montreal Light, Heat and Power Co.; Penman's Ltd.

Banque: Sterling Bank of Canada.

Assemblée annuelle: New-Brunswick Telephone Co.

Vendredi, 16 mai—Dividendes trimestriels payables.

Action: Canada Cement Co. Pfd.

### La situation

L'effet produit par la rareté de l'argent sur le marché, depuis si longtemps, est de déterminer un examen de plus en plus attentif de la question du crédit. Cette tendance ne disparaîtra pas quand le relâchement temporaire deviendra plus proche ou même sera arrivé. Des propositions d'affaires parfaitement bonnes sont sujettes à ne pas être accueillies avec autant de faveur que par le passé, si les conditions au point du crédit ne sont pas exceptionnellement favorables. Il en résultera un certain nombre de faillites. On espère cependant qu'en raison du grand élan dont ont bénéficié les affaires et du prochain règlement des troubles en Europe, le progrès se poursuivra.

Les renseignements parvenus de l'étranger sont plus rassurants. En avril, les faillites ont été au nombre de 1,315, avec un passif total de \$18,445,000; en avril 1912 il y en avait eu 1,279 avec un passif total de \$16,874,000. Les petites faillites de moins de \$10,000 étaient plus nombreuses, celles de \$100,000 et plus l'étaient moins.

La situation en ce qui concerne les récoltes ne pouvait être meilleure.

### Les valeurs textiles

A l'heure actuelle, les valeurs des établissements textiles sont en évidence. On ne saurait douter que d'ici à quelque temps les actionnaires du Dominion Textile bénéficieront d'une distribution plus forte, d'une façon ou d'une autre. L'action est très recherchée et au moindre relèvement de la liste, se ressaisit rapidement, recouvrant tout le terrain perdu pendant la dépression. C'est précisément ce que nous avons vu ces jours derniers. Il y a environ six mois, dans les cercles bien au courant, on prévoyait que le Textile toucherait 80 et la prévision s'est réalisée. En même temps que le Textile, l'action de la "Canadian Cottons" s'est aussi avancée et constitue un achat en prévision du dividende ou d'autres développements avantageux. L'action privilégiée, inscrite à 80, ne manque pas d'attrait à ce prix, bien que ceux mêmes qui prédirent 80 pour le Textile, assurent pour cette valeur une plus-value de dix points dans un avenir rapproché.

Au cours d'une lettre qu'il vient d'adresser à la "Royal Securities Corporation" relativement à l'achat des obligations 5 pour cent, première hypothèque, de la "Western Canada Power Co.", M. C.-H. Cahan, le président de cette compagnie estime à \$800,000 les bénéfices nets de l'exercice 1916-17.

L'intérêt sur les \$5,000,000 d'obligations première hypothèque, absorberait \$200,000, ce qui laisserait une balance de \$350,000 ou d'environ 7 pour cent sur les \$5,000,000 d'actions ordinaires. Les actions ordinaires non libérées comprennent cependant \$2,000,000 de stock détenu au trésor en garantie des notes à trois ans émises pour les expansions décidées récemment. Ainsi, sur les \$3,000,000 détenus par le public, le surplus ci-dessus représente 11.7 pour cent, mais avant les appropriations pour dépréciation et autres fins. Commentant ces chiffres, le président fait remarquer pour les premières années d'exploitation, comme dans le cas de la plupart des établissements hydro-électriques, les recettes seront peu élevées, à cause des délais qui peuvent survenir dans l'exécution des contrats. A moins de complications imprévues, on peut raisonnablement accepter les chiffres suivants comme exposé des résultats pour les quatre années commençant le 1er avril:

	Recettes brutes.	Frais d'exploitation.	Recettes nettes.
1913-1914.. . . . .	\$475,000	\$100,000	\$375,000
1914-1915.. . . . .	625,000	110,000	515,000
1915-1916.. . . . .	800,000	125,000	675,000
1916-1917.. . . . .	950,000	150,000	800,000

La nouvelle reçue de Londres ces jours-ci à l'effet que le Brazilian Traction Co. va émettre \$10,000,000 de Stock privilégié à 6 pour cent a produit une certaine surprise aux marchés canadiens et la manière dont s'est comporté le stock prouvait que cette surprise était d'un genre agréable.

La hausse du Pacifique à Londres ces jours derniers a eu pour effet de raffermir un peu le marché. Le Pacifique était peu actif, mais plus ferme à 242, le Dominion Iron à 50; le Power, par contre, était un peu plus faible à 227. Le Textile se maintenait à 88¾.

La "Havana Electric Railway, Light & Power Co." vient de publier son premier rapport pour les neuf mois finissant le 31 décembre 1912. En voici les principaux postes: Recettes brutes, \$1,653,145; frais d'exploitation, \$540,471; recettes nettes, \$1,112,674; intérêt et taxes, \$517,672; balance, \$595,002; revenu des valeurs en portefeuille, \$487,247; balance pour dividendes, \$1,082,249; dividendes privilégiés, \$450,000; balance sur stock ordinaire, \$337,500, et surplus, \$294,749.

L'Atlas Glass Works Co., Ltd., va commencer ses opérations vers le 15 juin à St-Pierre, Blue Bonnets, près des usines de la Canada Car and Foundry Co. La compagnie emploiera sept cents ouvriers expérimentés. La capacité annuelle de la manufacture sera d'environ \$1,000,000 de toutes sortes de verreries. Le promoteur de la compagnie est M. David Pugh, qui a été pendant huit ans surintendant de la Diamond Flint Glass Co., et qui est maintenant directeur-gérant de l'Atlas Glass Works Co., Ltd.

Le capital autorisé de la compagnie est de \$750,000 d'obligations à 6 pour cent, avec un montant égal de stock ordinaire, dont \$350,000 vont être émis immédiatement. Le bureau de direction comprend: M. O.-L. Brunelle, président; George L. Kavanagh, vice-président; J. Whitsell, secrétaire-trésorier; Joseph Wilson et David Pugh.

## INFORMATIONS FINANCIERES

Actions Ordinaires et Actions Privilégiées	Capital payé	Réserve	Prix des Actions	Taux du dernier Dividende	Dernière cote	
					Au 30 avril	Au 7 mai
<b>BANQUES</b>						
Banque de Montréal.....	\$15,975,220	\$16,000,000	\$100.00	10%	235½	232ex. div.
Banque de Québec.....	2,500,000	1,250,000	100.00	7%	124½	124½
Banque de la Nouvelle-Ecosse.....	3,998,460	7,497,412	100.00	14%	263¼	260
Banque de Toronto.....	4,941,455	5,941,455	100.00	11%	210	210
Banque Molson.....	4,700,000	4,700,000	100.00	11%	196	200
Banque Nationale.....	2,000,000	1,400,000	100.00	8%	Ex Div. 139	137
Banque des Marchands du Canada.....	6,547,159	5,400,000	100.00	10%	194 ex div.	194 ex div.
Banque Provinciale.....	1,000,000	500,000	100.00	6%	.....	.....
Banque Union du Canada.....	4,952,190	3,076,095	100.00	8%	149	147
Banque Canadienne du Commerce.....	15,000,000	12,500,000	50.00	10%	214	212¼
Banque Royale du Canada.....	7,661,060	8,607,166	100.00	12%	221	222
Banque d'Hochelega.....	2,885,340	2,650,000	100.00	9%	160xDr.	159½ex. D.
Banque d'Ottawa.....	3,500,000	4,000,000	100.00	12%	217	217
Banque Impériale du Canada.....	6,000,000	6,000,000	100.00	12%	226	226
Banque Internationale du Canada.....	1,320,439	.....	100.00	.....	.....	.....
<b>CHEMINS DE FER</b>						
Canadian Pacific Railway (Ordinaires).....	180,000,000	Débitures 146,283,497	100.00	10%	334	240%
Duluth S.S. & A. Railway (Ordinaires).....	12,000,000	.....	100.00	.....	.....	.....
do do do (Préférentielles).....	10,000,000	.....	100.00	.....	.....	.....
Minn. St. Paul & Soo Railway (Ordinaires).....	20,832,000	.....	100.00	7%	132	132½
do do do (Préférentielles).....	10,416,000	.....	100.00	7%	156	156
<b>TRAMWAYS ELECTRIQUES</b>						
Detroit United Railway.....	12,500,000	21,887,000	100.00	5%	74	74¾
Duluth Superior Traction.....	3,500,000	2,500,000	100.00	5%	.....	.....
Halifax Electric Railway.....	1,400,000	600,000	100.00	7%	160	160
Havana Electric Railway (Ordinaires).....	7,500,000	.....	100.00	.....	.....	.....
do do do (Préférentielles).....	5,000,000	.....	100.00	6%	.....	.....
Illinois Traction (Ordinaires).....	9,564,000	.....	100.00	.....	.....	.....
do do (Préférentielles).....	5,000,600	24,957,813	100.00	6%	90¼	90½
Mexican Light & Power (Ordinaires).....	13,585,000	.....	100.00	4%	75	71
do do do (Préférentielles).....	2,400,000	.....	100.00	7%	.....	.....
Montreal Street Railway.....	10,000,000	4,420,000	100.00	10%	.....	.....
Porto Rico Railway.....	3,000,000	2,941,500	100.00	.....	66	66
Quebec Railway, Light & Power.....	9,300,500	8,654,400	100.00	.....	16	16
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%	139½	143¾
Tri-City Railway & Light (Ordinaires).....	9,000,000	.....	100.00	.....	.....	.....
do do do (Préférentielles).....	2,825,000	8,068,000	100.00	6%	.....	.....
Twin City Rapid Transit (Ordinaires).....	20,100,000	19,503,000	100.00	6%	105	105
do do do (Préférentielles).....	3,000,000	.....	100.00	7%	.....	.....
Winnipeg Electric Street Railway.....	6,000,000	5,578,000	100.00	10%	208	210
<b>VALEURS INDUSTRIELLES</b>						
Canadian Car & Foundry (Ordinaires).....	3,500,000	.....	100.00	8%	81	81
do do do (Préférentielles).....	5,000,000	3,500,000	100.00	7%	112¼ ex D.	112¼ ex D.
Canada Cement (Ordinaires).....	13,500,000	.....	100.00	.....	29¼	30¾
do do (Préférentielles).....	10,500,000	5,000,000	100.00	7%	92	92
Canadian Converters.....	1,733,500	474,000	100.00	.....	44	45
Dominion Steel Co. ....	35,000,000	.....	100.00	4%	49½	49%
Dominion Textile Co. (Ordinaires).....	5,000,000	.....	100.00	6%	86	88½
do do (Préférentielles).....	1,859,030	3,040,275	100.00	7%	102	101¾
Lake of the Woods Milling Co. (Ordinaires).....	2,100,000	.....	100.00	8%	132	135
do do do (Préférentielles).....	1,500,000	1,000,000	100.00	7%	118	118
Montreal Cottons Ltd (Ordinaires).....	3,000,000	500,000	100.00	8%	62	60
do do do (Préférentielles).....	.....	.....	.....	.....	102	102
Nova Scotia Steel & Coal (Ordinaires).....	6,000,000	.....	100.00	5%	81	81½
do do do (Préférentielles).....	1,030,000	6,000,000	100.00	8%	121½	121½
Ogilvie Flour Mills Co. (Ordinaires).....	2,500,000	.....	100.00	8%	122½	120
do do do (Préférentielles).....	2,000,000	457,263	100.00	7%	117½	117½
Penmans, Limited (Ordinaires).....	2,150,600	.....	100.00	4%	55	54
do do (Préférentielles).....	1,075,000	2,000,000	5.00	6%	84	84
<b>DIVERS</b>						
Bell Telephone Co.....	12,500,000	3,649,000	100.00	8%	146½	145
Mackay Companies (Ordinaires).....	50,000	.....	100.00	5%	83	83
do do (Préférentielles).....	50,000,000	.....	100.00	4%	67	70
Montreal Light, Heat & Power.....	17,000,000	10,107,000	100.00	8%	225½	226¾
Montreal Telegraph.....	2,000,000	100,000	100.00	8%	140	141
Ottawa Light, Heat & Power Co.....	1,511,500	730,000	100.00	6%	179	179
Richelieu & Ontario Navigation Co.....	3,132,000	1,123,573	100.00	6%	112¾	114½
Shawinigan Water & Power Co.....	7,000,000	5,000,000	100.00	4%	132½	130
<b>MINES</b>						
Crown Reserve.....	1,999,957	.....	1.00	60%	3.92	Ex. div. 3.84
International Coal Mining (Ordinaires).....	500,000	.....	100.00	7%	5	4
do do do (Préférentielles).....	219,700	.....	100.00	7%	.....	.....





## Nous avons la plus grande et la plus complète usine de Couleurs Sèches du Canada.

Nous accordons une attention particulière à la manufacture des Couleurs Sèches, pour deux raisons. D'abord nous vendons ces Couleurs en très grandes quantités, puis nous employons d'immenses quantités de Couleurs Sèches dans la fabrication de nos différentes peintures. Toutes les couleurs que nous employons de cette manière doivent être de haute qualité uniforme pour nous donner les meilleurs résultats.

Ce n'est pas toujours facile de maintenir la qualité à un tel niveau quand vous dépendez de fournisseurs pour vos Couleurs Sèches, c'est pourquoi nous fabriquons ces Couleurs Sèches dans notre propre usine et contrôlons la qualité dès le début. L'illustration ci-dessus montre l'intérieur d'une partie de notre

usine de COULEURS SECHES. Les énormes cuves sont celles où l'on fabrique certaines couleurs sèches. Les machines sur le plancher en-dessous sont les presses où l'on retire l'eau en surplus de la couleur humide avant de faire passer cette couleur dans les fours à chaux pour sécher.



**PAINTS & VARNISHES  
STAINS, ENAMELS, COLORS  
a finish for every surface**  
THE CANADA PAINT CO. LTD, MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG.

Importateurs de  
**Glaces Epais**

VERRE A VITRES,  
VERRE CATHEDRALE  
uni et gravé,

VERRE BRUT  
(cast)

Rayé,  
Armé,  
etc.

Manu-  
facturiers  
de

MIRROIRS,

VITRES  
PLOMBEES,

VITRES ORNE-  
MENTEES,

GLACES BISEAUTEES,  
DESSUS DE MEUBLES, etc.

Tel. Bell, EST 430 et 3751

COIN PERREault & STE - AGATE,  
MONTREAL, Can

J. P. O'SHEA & Co.

**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

**COUTELLERIE,**

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

Seuls Agents pour le Canada :

**JAMES HUTTON & CO., Montréal.**



**Considérez ces Faits.**

Pour un homme affairé : Quelques faits VITE ETABLIS et qui, nous l'espérons, lui en feront désirer d'autres.

Le blanc de plomb est le premier facteur en peinture. Parmi les blancs de plomb, il en est un qui détient un record de haute DISTINCTION. Il se nomme BRANDRAM'S B. B. GENUINE. Il a doté le monde d'une qualité première il y a PLUS DE CENT ANS !

Comme base à la Brandram-Henderson "English" Paint nous employons actuellement 70% de ce splendide blanc de plomb. Pensez-y, 70% positivement garanti. Pourquoi ? Simplement parce que nous corrodons nous-même le Blanc de Plomb "Brandram's B. B. Genuine". A ces 70% nous ajoutons 30% de pur blanc de zinc. Ainsi, vous voyez que la puissance d'endurance de la "Peinture Anglaise" Brandram-Henderson est tout à fait EVIDENTE.

Sachant ce que CONTIENT la peinture, vous vous rendez compte des résultats qu'elle doit ASSURER à vos clients.

Croyez-vous avoir besoin D'AUTRES faits concernant la peinture et les profits à faire sur la peinture ? Alors, veuillez nous écrire. Entre autres choses, nous nous ferons un plaisir de vous expliquer les détails d'un superbe plan de publicité dressé à votre intention et pour votre profit.

**BRANDRAM-HENDERSON**

LIMITED

Montreal

Halifax

St. John

Toronto

Winnipeg

# Ferronnerie, Quincaillerie, Peinture Matériaux de Construction, Etc.

## POUR AMENER LES CULTIVATEURS DANS NOTRE VILLE

(Suite.)

### Un exemple

On a vu dans une ville de l'Est ayant une population de quelques milliers d'habitants, ce que peut faire un homme. Un quincaillier a organisé de sa propre initiative une exposition mensuelle de chevaux, à laquelle les animaux étaient vendus ou achetés, la seule chose stipulée était que les chevaux devaient être en excellente condition. Non content de cela, le quincaillier, trouvant que les conditions d'élevage n'étaient pas satisfaisantes, présenta un animal très bien élevé pour donner un exemple, et il en résulta que la classe des chevaux de la localité s'améliora.

Au point de vue affaires, cette exposition valait la peine qu'on s'en occupât, car les rues de la ville pendant la journée de l'exposition mensuelle étaient bondées de fermiers, qui, ayant bien vendu leurs animaux, étaient disposés à faire de nombreux achats. D'où la prospérité générale et un mouvement d'affaires plus considérable.

## L'IMPORTANCE CROISSANTE DES USTENSILES DE MENAGE

Dans le magasin de quincaillerie moderne, le rayon des ustensiles de ménage prend de plus en plus d'importance et on peut soutenir hardiment que de la variété et de la bonne qualité des articles qu'il contient dépend en grande partie la prospérité du magasin de quincaillerie en général.

Un certain nombre de quincailliers qui atteignent le succès ne vendent pas d'ustensiles de ménage, mais ils constituent de beaucoup la minorité. Leur champ d'action d'affaires se trouve ainsi étendu, c'est grâce aux manufacturiers entreprenants que l'on voit dans les magasins modernes de quincaillerie tant d'articles auxquels on ne songeait même pas il y a un ou deux ans. Le nombre sans cesse croissant de ces appareils pratiques a diminué les difficultés des travaux de ménage; les marchands accordent de plus en plus d'attention à la vente de ces articles de maison. Le magasin devient ainsi une institution qui pourvoit à tous les besoins de la famille.

Les fournitures pour la maison sont pour le magasin de quincaillerie ce qu'est un accessoiriste pour une équipe de base-ball. Ce commerce est bon dans toutes les saisons et une vente spéciale d'articles de ménage peut être annoncée à n'importe quel moment de l'année. Ces marchandises sont les "hommes du jour". Elles sont bonnes en tout temps comme bouche-trous.

### Les marchands de gros devraient tenir une plus grande variété de ces articles

Il y a lieu de regretter qu'il n'y ait pas plus de marchands de quincaillerie en gros qui reconnaissent combien il est important pour eux de tenir une plus grande variété d'articles de ménage à bon marché. Il est vrai que cette variété est plus importante pour le marchand faisant affaires dans une petite ville que pour le marchand dans les grandes villes. Bien des marchands de quincaillerie des petites villes reconnaissent que le réseau des magasins à 5c et à 10c s'étend rapidement en notre pays. Ils craignent de voir arriver le jour où une concurrence de ce genre viendra empiéter sur leurs propres affaires. Ils se rendent compte que la petite ville où ils sont établis ne serait pas considérée par les syndicats de magasins à 5c et 10c comme une bonne localité pour faire des profits si le magasin de quincaillerie local fait bien ses affaires et sait ménager sa clientèle.

Le grand nombre des manufacturiers de ce genre d'articles rend facile aux marchands détaillants la tâche de l'achat, mais en raison de la quantité nécessaire pour faire des expéditions à bon marché, il arrive souvent qu'ils ne peuvent entreprendre ce genre d'affaires. Les maisons de gros où l'on a reconnu qu'il y a là un bon moyen de se créer une clientèle deviennent rapidement plus nombreuses. Néanmoins, le rayon des articles de ménage de nos grandes maisons de gros reste un peu arriéré relativement aux autres rayons.

En même temps que les ustensiles de ménage, il convient de tenir l'argenterie, le verre taillé, les appareils pour la salle de bain, la porcelaine, les articles nickelés et en cuivre, ainsi que les appareils de chauffage par l'électricité et une grande quantité d'autres articles qui forment la partie la plus attrayante

du magasin de quincaillerie moderne. Ces articles donnent du ton et de la couleur aux sombres teintes des marchandises plus solides, activent la vente, améliorent la qualité de la clientèle. Le quincaillier doit beaucoup à ces marchandises pour la popularité de son établissement et le placement de son argent dans le commerce.

C'est pourquoi il a dépensé plus d'argent qu'auparavant pour annoncer ces marchandises, pour les annoncer mieux, pour avoir de meilleurs appareils, des expositions plus fréquentes; il y consacre plus de son attention personnelle, et il reconnaît qu'il a eu raison d'agir ainsi.

## CELA RAPPORTE D'ETUDIER ET D'ANALYSER LES CREDITS

Plus de 50 p.c. des affaires qui se font dans les magasins de ferronnerie en détail, en notre pays, sont des "affaires à crédit". Plus de la moitié des ventes de clous, poêles, peinture, coutellerie est "inscrite sur le livre". Le "livre" a gardé quantité d'affaires sur les épines. Le "livre" est un rude concurrent. Il est à peu près aussi facile de trouver un homme qui a fait faillite à cause du crédit qu'il a accordé que de se faire ouvrir un compte dans le magasin ordinaire de quincaillerie.

D'après une récente enquête on constate que 75 p.c. des mauvais comptes dans les magasins de ferronnerie sont autorisés par le même individu dans chaque magasin.

La tâche de celui qui est chargé de mesurer le crédit à accorder est une tâche peu commode. Ce n'est guère la place d'un dépensier, d'un parieur ou d'un bavard. C'est bien employer son temps que de faire fréquemment l'inventaire des comptes en retard ou des mauvais comptes, de voir qui les a ouverts. Ce travail a appris à plus d'un marchand qu'il savait mieux acheter et vendre que traiter la question des crédits.

Le marchand qui fait une étude des crédits est presque invariablement un adepte enthousiaste du système de "l'échange des renseignements". L'épicier, le boucher, le marchand de bois de construction et le confectionneur de vêtements ont tous au sujet du crédit des renseignements qui réellement sont d'une grande valeur pour celui qui tient un magasin de ferronnerie.



# L'Approbation du Client

REND  
PROFITABLE  
LE  
COMMERCE  
DES  
PEINTURES.

La base du succès de toute affaire est l'approbation du client.

Des clients satisfaits ont sauvé de la ruine beaucoup d'hommes d'affaires, même quand il y avait mauvaise administration. Mais la mauvaise administration qui livre des marchandises de qualité inférieure et ignore l'intérêt du client, étouffera bientôt le commerce de peinture le plus florissant.

## La Peinture Martin-Senour PURE AU 100%

est celle qui est approuvée sincèrement par tous ceux qui l'achètent. Donc, M le Marchand, si vous voulez que votre commerce de peinture repose sur une base solide, voilà la peinture qu'il vous faut—c'est la peinture qui obtient l'approbation de chaque client. Sa qualité l'exige—la nécessité de la qualité le demande. Sa durabilité la rend économique—elle satisfait les clients comme nulle autre peinture—voilà ce qui obtient l'approbation et entasse les profits pour le marchand. L'Agence des Ventes pour votre ville placera votre commerce sur une base solide.

Ecrivez aujourd'hui-même pour l'obtenir.

## The Martin-Senour Co., Limited.

Les Pionniers de l'Industrie des Peintures Pures

MONTREAL.

TORONTO.

CHICAGO.



# DOUGALL

VERNIS MARIN

Livre envoyé GRATUITEMENT

Quel que soit le bateau que vous ayez à revivifier, ce livre vous sera utile. Il explique l'épreuve maritime à laquelle le vernis Dougall doit résister et à laquelle il résiste grâce aux procédés de fabrication : il est à l'épreuve de l'eau salée et de l'eau fraîche, de l'humidité, de la chaleur, du froid, du soleil ardent—exposé à tous ces éléments le vernis marin Dougall RESTE lisse et clair.

The DOUGALL VARNISH COMPANY  
MONTREAL. LIMITED,  
Associée à la Murphy Varnish Co. U. S. A.

# VARNISH

## La ligne qui donne une bonne réputation



Les détaillants avisés de toutes les parties de Puissance trouvent satisfaction et profit à tenir

## LES VERNIS ET SPECIALITES DE VERNIS INTERNATIONAL

C'est la marque que depuis plus de quarante ans a arboré le drapeau dans tous les pays du monde—ces vernis ont l'approbation des marchands, architectes, peintres et décorateurs les plus judicieux et les plus en vue.

Chaque bidon est garanti, contenir une bonne mesure impériale.

## INTERNATIONAL VARNISH CO., LTD TORONTO - WINNIPEG

Manufacture canadienne des Vernis de première qualité

NEW-YORK  
BERLIN

CHICAGO  
BRUXELLES

LONDRES  
MELBOURNE

La plus grande usine du monde et la première qui ait établi des étalons définitifs de qualité.

# (Ferronnerie) Marché de Montréal

## LA SITUATION.

Depuis une huitaine de jours les marchands de ferronnerie en gros constatent un regain très remarquable d'activité. Quant aux prix, il n'y a pas eu de changement notable. On remarque une certaine amélioration dans l'état des chemins, les communications deviennent plus faciles dans la campagne. Les commis-voyageurs ont pris ces jours-ci de grosses commandes pressées. Les collections laissent encore un peu à désirer, mais on craignait qu'elles fussent plus difficiles en raison de la rareté de l'argent dans nombre de milieux. Le mouvement d'argent reste, somme toute, assez lent. Les institutions financières prêtent peu.

Nous cotons:

### PLOMBERIE

#### Tuyaux de plomb

Les prix sont de 7.50 moins 15% pour tuyaux en plomb et de 9.00 pour tuyaux de plomb composition moins 15%.

#### Tuyaux de renvoi en font et accessoires

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

#### Tuyaux en fer

Nous cotons, prix de la liste:

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

¾

### Tuyaux galvanisés

Nous cotons, prix de liste:

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

Les escomptes sont les suivants:

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

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

### Tuyaux en acier

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

### Fer-blanc Charcoal

Nous cotons: 1 c. 14 x 20 4.65

### Fer-blanc en feuilles

X. Extra par X et par cse	1.00
suivant qualité.	
(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)	
<b>Au coke — Lydbrook ou égal</b>	
IC, 14 x 20, base	bte 4.45
(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)	
<b>Au Charbon—Terne-Dean ou égal</b>	
IC, 20 à 28	bte 8.25
(Caisse de 112 feuilles, 216 lbs. net)	

100 pieds 92.00

(Caisse de 560 lbs.)

XX, 14 x 60, gauge 26 lb. 0.07 0.07½

### Feuilles étamées

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

### Tôles galvanisées "Canada"

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

### Tôles noires

<b>Feuilles:</b>	
22 à 24	2.65
26	2.75
28	2.85

### Tôles galvanisées

Nous cotons à la caisse:		Fleur de Lis	
Gorbals	Queens	Head	Lis
Best Best	Comet		
28 G	4.50	3.95	4.50
26 G	4.30	3.50	4.30
22 à 24 G	3.85	3.45	3.85
16-20	3.75	3.20	3.75

Les prix de la marque Comet sont plus tôt à la hausse.

### Apollo

10½ 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. 30½ do., 27½. "Wiping", métal pour plombiers.

# MUNITIONS CANADIENNES POUR SPORTMEN CANADIENS

**Toujours recommandables**



**Destructeurs de Gibier**

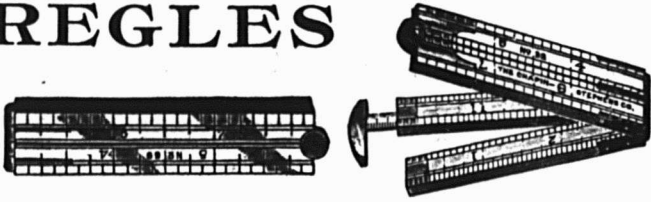
**EXIGEZ LE GRAND**

**"D"**

**DOMINION CARTRIDGE CO.,**

**Montréal, P. Q.**

# REGLES



Plus de 200 Styles.  
La meilleure qualité.

**THE CHAPIN-STEPHENS CO.**  
UNION FACTORY  
PINE MEADOW, CONN., E. U. A.  
SMITH HDWE. CO., LTD. Agts., MONTREAL, CANADA.



L'arrosoir automatique perfectionné à air comprimé le Meilleur et le Moins Cher au ourd'hui sur le marché.

Sert à arroser les Patates, les Arbres, les Plantes, le Bétail, etc.,

à Blanchir à la Chaux.

DEMANDEZ NOTRE CIRCULAIRE ET NOS PRIX.

**Cavers Bros.**

16 MAIN STREET  
GALT, ONT.

# Amatite ROOFING

A SURFACE MINERALE—  
N'A PAS BESOIN DE PEINTURE



Tout ce qui concerne Amatite fait appel à l'homme qui a du bon sens. Il peut voir sa supériorité tout de suite, la véritable surface minérale qui n'a jamais besoin de peinture ; les deux couches de poix qui est le plus grand protecteur contre l'eau qu'on connaisse ; les deux couches d'épais feutre goudronné—tout cela contribue à assurer la popularité d'Amatite.

Nous pouvons fabriquer mieux et meilleur marché Amatite que qui que ce soit en raison de nos facilités plus grandes et par suite nous le vendons à un prix extrêmement bas. Le seul fait qu'il n'a pas besoin de peinture est suffisant pour qu'un homme soit amené à réfléchir et à en prendre note—surtout l'homme qui a dépensé de l'argent et perdu du temps à peindre et repeindre des toitures à surface lisse. Ecrivez - nous aujourd'hui pour renseignements complémentaires.

THE PATERSON MFG. CO., LIMITED  
Montréal, Toronto, Winnipeg, Vancouver, St Jean N. B., Halifax, N.S.

LES personnes qui achètent le Ciment "Canada" chez vous sont de celles dont la clientèle pour les autres articles est aussi des plus précieuses. Le fermier qui se sert du béton pour les améliorations sur sa ferme, est à n'en pas douter, un homme éclairé, progressif et prospère. Sa clientèle est précieuse. De tels fermiers savent que

## LE CIMENT CANADA

est le meilleur ciment à employer dans les travaux de ferme. En tenant le Ciment "Canada", vous pouvez attirer la clientèle de cette classe très désirable. Non seulement ces personnes achèteront leur ciment de vous, mais aussi beaucoup d'autres articles de nécessité journalière.

## Canada Cement Company Limited

Bureau des ventes à

MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG, CALGARY.

Commandez au bureau le plus proche de chez vous.





**QUINCAILLERIE**

**Boulons et noix**

Très ferme et à la hausse.  
 Nous cotons:  
 Boulons à voitures Norway (\$3.00) 50 et 10 p.c.  
 Boulons à voitures carrés (\$2.40) 60 et 10 p.c.  
 Boulons à voitures (\$1.00): grandeurs, 3 et moindres, 60 et 10 p.c.; 7/16 et au-dessus, 55c.  
 Boulons à machine, 3 pce et au-dessous 60c.  
 Ball 100 lbs. 11.20  
 Boulons à machine, 7/16 pce et au-dessous, 57½c.  
 Boulons à lisse, 3 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 carrés 4c la lb. de la liste  
 Boulons à charrue, 50 et 10 p.c.  
 La broche barbelée est cotée \$2.42½ les 100 livres à Montréal.

**Crampes à clôtures**

Fer poli \$2.60  
 Fer galvanisé 2.80  
**Broches pour poulaillers**  
 ¼ x 20 x 30" 4.10  
 ¼ x 30 x 36" 4.75  
 ½ x 22 x 24" 5.00  
 ½ x 22 x 30" 6.30  
 L'escompte est de 50 p.c. sur la liste.  
 ¼ x 20 x 24" 3.40  
 ½ x 22 x 36" 7.50

**Broche galvanisée, etc.**

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

**Broche à foin**

La demande est faible.  
 Nous cotons net:  
 Marché très ferme.  
 No 13, \$2.40; 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**

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

**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, \$1.55 par rouleau de 100 pieds.

**Broquettes**

Pour boîtes à fraises 75 et 12½ p.c.  
 Pour boîtes à fromage 85 et 10 p.c.  
 A valises 80 et 12½ p.c.

A tapis, bleues 80 p.c.  
 A tapis, étamées 80 et 15 p.c.  
 A tapis, en barils 40 p.c.  
 Coupées bleues, en doz. 75 et 12½ p.c.  
 Coupées bleues et ¼ pesanteur 60 p.c.  
 Sweeden, coupées, bleues et ornées, en doz. 75 p.c.  
 A chaussures, en doz. 50 p.c.  
 A chaussures, en uqts 1 lb. 60 et 10 p.c.

**Clous de broche**

Nous cotons: \$2.40 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:  
 Neverslip crampons, 3 le cent 3.80  
 No 2 No 1  
 et plus et plus  
 grand petit

Fers ordinaires et pesants, le qrt 3.90 4.15  
 Neverslip crampons 7/16, le cent 2.40  
 Neverslip crampons ½, le cent 2.60  
 Neverslip crampons 9/16, le cent 2.80  
 Neverslip crampons 5/16, le cent 2.00  
 Neverslip crampons 3/8, le cent 2.20  
 Fer à neige, le qrt 4.15 4.40  
 New Light Pattern, le qrt 4.35 4.60  
 Fer "Toe Weight" No 1 à 4 6.75  
 Featherweight No 0 à 4 5.75  
 Fers assortis de plus d'une grandeur au baril, 10c à 25c extra par baril.

**Chaines en fer**

Très ferme.  
 On cote par 100 lbs.:  
 3/16 No 6 10.00  
 3/16 exact 5 8.50  
 2/16 full 5 7.00  
 1/2 exact 3 6.50  
 1/2 6.50  
 5/16 4.40  
 3/8 3.00  
 7/16 3.80  
 1/2 3.70  
 9/16 3.60  
 3/4 3.40  
 1 3.30  
 1 1/8 3.30

**Vis à bois**

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

**Fanaux**

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

Points, 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

**METAUX**

**Antimoine**

Le marché est sans changement, \$10.75 à \$11.00.

2—Ferronnerie

**Fonte**

Nous cotons:  
 Carron Soft 25.50  
 Clarence No 3 24.50

**Fer en barre**

Plus ferme.  
 Nous cotons:  
 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 1½ à 2 pcs base 3.20  
 Feuillard épais No 10 base 2.25

**Acier en barre**

Nous cotons net, 30 jours:  
 Acier doux base 100 lbs. 0.00 2.25  
 Acier à rivets base 100 lbs. 2.10 2.25  
 Acier à lisse base 100 lbs. 0.00 2.25  
 Acier à bandage base 100 lbs. 0.00 2.25  
 Acier à machine base 100 lbs. 0.00 2.25  
 Acier à pince base 100 lbs. 0.00 2.95  
 Acier à ressorts base 100 lbs. 2.75 3.10

**Cuivre en lingots**

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

**Etain en lingots**

Nous cotons: 55c à 55½c les 100 livres. Ce métal se fait de plus en plus rare sur les marchés primaires et les expéditions diminuent.

**Plomb en lingots**

Plus fort.  
 Nous cotons: \$4.95 à \$5.20.

**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**

Ferme.  
 Nous cotons au gallon, prix nets: huile bouillie 62c, huile crue 59c.

**Huile de loup-marin**

Nous cotons au gallon:  
 Huile extra raffinée 70c

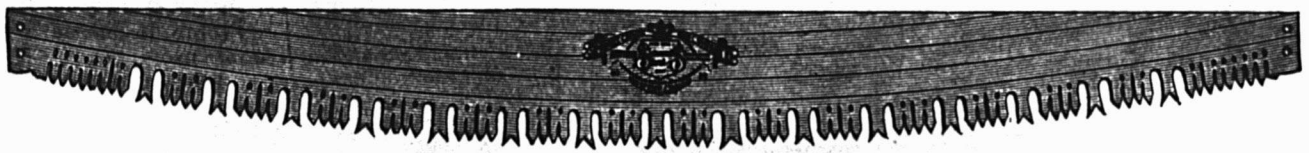
**Essence de térébenthine**

Nous cotons 65c le gallon par quantité

**ECLAIREZ**

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





## DEUX SCIES REMARQUABLES

# Les Passe-Partout CRESCENT GROUND de SIMONDS

A DENTS DE LANCE, LARGES ET ETROITS

Vos clients payent volontiers double prix pour ces scies, parce qu'ils savent qu'ils feront deux fois l'ouvrage des autres.

Faites à Montréal. Commandez les maintenant à votre fournisseur.

### Simonds Canada Saw Company, Limited

MONTREAL,

ST. JOHN,

VANCOUVER.



de 5 gallons et 70c le gallon par baril.

#### Blanc de plomb

Marché très ferme, à la hausse.

Blanc de plomb pur	8.25	
Blanc de plomb No 1	7.60	
Blanc de plomb No 2	7.40	
Blanc de plomb No 3	6.95	
Blanc de plomb No 4	6.75	

#### Pitch

Nous cotons:

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

#### Peintures préparées

Nous cotons:

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

#### Verres à Vitres

Les prix sont très fermes.  
Le marché Belge augmente continuellement ses prix.

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

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

#### Vert de Paris pur

Nous cotons:

Parils à pétrole	0.00	0.19
Drum de 50 à 100 lbs.	0.00	0.20½

Drum de 25 lbs.	0.00	0.20½
Boîtes de papier, 1 lb.	0.00	0.22½
Boîtes de ter-blanc, 1 lb.	0.00	0.23½
Boîtes papier, ½ lb.	0.00	0.24½
Boîtes fer-blanc, ½ lb.	0.00	0.25½

#### Câbles et cordages

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

#### Papiers de Construction

Très ferme.		
Nous cotons:		
Jaune et noir, pesant	0.00	1.80
Jaune ordinaire, le rouleau	0.00	0.35
Noir ordinaire, le rouleau	0.00	0.43
Goudronné, les 100 lbs.	0.20	2.25
Papier à tapis, les 100 lbs.	0.00	2.60
Papier à couv., roul., 2 plis	0.00	0.75
Papier à couv., roul., 3 plis	0.00	0.95
Papier surprise, roul., 15 lbs.	0.00	0.40

#### Charnières (couplets) No 840

1½ pouce	0.67
1¾ pouce	0.75
2 pouce	0.81
rils, sur char	2.10
2½ pouce	0.92
2¾ pouce	1.07
3 pouce	1.30

#### Nos 800 et 838

1 pouce	0.32
1½ pouce	0.37
1¾ pouce	0.48
1¾ pouce	0.59

2 pouce	0.67
2½ pouce	0.76
2¾ pouce	0.81
3 pouce	0.95
3½ pouce	1.07
4 pouce	1.49
4 pouce	2.12
Même escompte que pour toutes les charnières d'acier poli.	

#### FERRAILLES

	La lb.
Cuivree fort et fil de cuivre	0.00 0.11
Cuivre mince et fonds en cuivre	0.00 0.09
Laiton rouge fort	0.00 0.10
Laiton jaune fort	0.00 0.08
Laiton mince	0.00 0.06
Plomb	0.02½ 0.02½
Zinc	0.00 0.03
	La tonne
Fer forgé No 1	0.00 12.50
Fer fondu et débris de machines No 1	0.00 16.00
Plaques de poêle	0.00 12.50
Fontes et aciers malléables	0.00 9.00
Pièces d'acier	0.00 5.00
	La lb.
Vieilles claques	0.00 0.00

#### PLATRE

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

# Le Hache-viande "JEWELL" de Maxwell

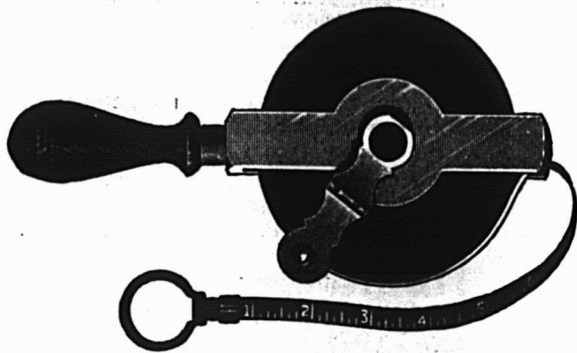
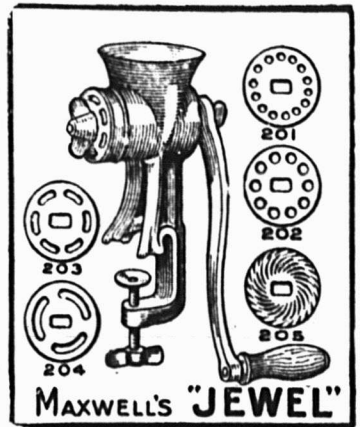
Est une machine de fabrication canadienne qui travaille vite, facilement et est absolument digne de confiance; il est d'un prix qui en rend la vente facile.

Fait de quatre grandeurs, avec l'équipement complet de couteaux pour toutes sortes d'ouvrages.

Demandez le catalogue de Hache-viande, de Laveuses, de Barattes, etc., de Maxwell à

**DAVID MAXWELL & SONS, St. Marys, Ontario.**

Agence à Montréal: 448 rue St-Paul



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

**REGLES ET GALLONS DE MESURE**

## LUFKIN

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

CATALOGUE SUR DEMANDE.]

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

# LA CONSTRUCTION

Pendant le mois dernier, la ville a émis 284 permis de construire au coût total de \$3,063,259 pour les nouvelles constructions, et 166 perms de réparer au coût total de \$259,147.

Durant la semaine terminée le 3 mai, la ville a émis 83 permis de construire au coût total de \$705,705 pour les nouvelles constructions, et de \$31,755 pour les réparations.

Les chiffres ci-dessous en indiquent la répartition par quartier et donnent le coût approximatif de chaque construction, et 166 permis de réparer dessous de \$1,000.

Quartier	Coût
Laurier	\$ 31,600
St-Denis	124,355
St-Jean-Baptiste	860
Lafontaine	1,450
Hochelaga	10,220
St-André	28,725
Emard	100
Ste-Marie	8,080
Notre-Dame de Grâce	52,260
Rosemont	150
St-Henri	11,100
Delorimier	5,000
St-Antoine	15,000

Ste-Anne	1,800
Bordeaux	6,000
St-Joseph	188,000
St-Laurent	233,350
St-Jacques	9,500
Duvernay	6,875
Papineau	850
Laval	35
St-Gabriel	120
St-Paul	30
Ste-Cunégonde	800
St-Louis	1,200
<b>Total</b>	<b>\$737,460</b>

Rue Cartier, quartier Delorimier; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$5,000. Propriétaire, Léonard, W., 1276 Cartier.

Ave Prud'hokme, quartier Notre-Dame de Grâce; 1 maison, 2 logements, 2 étages; coût prob. \$4,500. Propriétaire, McLaren, Wm., 382 Prud'homme.

Rue Fort et St-Luc, quartier St-André; 1 maison, 7 logements, 3 étages, 2e classe; coût prob. \$28,000. Propriétaire, St-Pierre, Jos., 103 Fort.

Rue St-Luc, près Chomedy, quartier St-Antoine; 1 maison, 7 logements, 3 étages, 2e classe; cout prob. \$15,000. Propriétaire, St-Pierre, Jos., 103 Fort.

Rue Lacasse, quartier St-Henri; 3 maisons, 9 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$7,000. Propriétaire, Pa-

quette, Geo., 148 Parc Geo.-Etienne Cartier.

Rue Youville, Côte St-Laurent, quartier St-Denis; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,600. Propriétaire, Beaulieu, Jos., 3350 St-Hubert.

Rue Hutchison, quartier Laurier; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$3,500. Propriétaire, De-guire, D., 2669 Hutchison.

125 East Side Grey, quartier Notre-Dame de Grâce; 2 maisons, 2 logements, 2 étages, 2e classe; coût prob. \$11,500. Propriétaire, Brown, Chs. J., 4263 Ste-Catherine.

Rue East Side Grey, quartier Notre-Dame de Grâce; 2 maisons, 2 logements, 2 étages, 2e classe; coût prob. \$13,500. Propriétaire, Brown, Chs. J., 4263 Ste-Catherine.

Ave Addington, quartier Notre-Dame de Grâce; 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, Blais, P., 292 Prud'homme.

Rue Clifton, quartier Notre-Dame de Grâce; 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$5,000. Propriétaire, Deneault, Ovila, 52 Ave Girouard.

Rue Montgomery, quartier Hochelaga; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$3,500. Propriétaire, Pré-vost, Eln., 159 Montgomery.

En arrière 83 Colborne, quartier Ste-Anne; 1 maison, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$1,800. Propriétaire, The Phoenix Bridge Steel Works Ltd., 83 Colborne.

Rue Laurier, quartier Laurier; 1 mai-



son, 1 théâtre, 1 étage, 2e classe; coût prob. \$19,000. Propriétaire, Stuart, E. J., Laurier, près Mance.

Rue St-Antoine et St-Philippe, quartier St-Henri; 1 maison, 1 magasin, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$4,000. Propriétaire, Cousineau, B., 246 St-Philippe.

Rue Shaugnessy et Ogilvie Park Ave Ex., quartier Bordeaux; 1 maison, 1 église, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$6,000. Propriétaire, Episcopal Church, Park Avenue Extension.

Rue Addington, quartier Notre-Dame de Grâce; 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$4,000. Propriétaire, Larivière, C., 824 St-Hubert.

Rue St-Antoine et Ste-Cécile, quartier St-Joseph; 1 maison, bureaux, 1 logement, 7 étages, 2e classe; coût prob. \$188,000. Propriétaire, Can. Fairbanks Morse Co. Ltd., 444 St-Jacques.

Rue St-Hubert, quartier St-Denis; 1 maison, 1 magasin, 2 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$5,000. Propriétaire, Sévigny, Albert, 3651 St-Hubert.

Rue De Gaspé, quartier St-Denis; 1 maison, 1 école, 4 étages, 2e classe; coût prob. \$95,900. Propriétaire, Commission Scolaire Ste-Cécile, 3043 Hôtel de Ville.

Rue Addington, quartier Notre-Dame de Grâce; 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$4,500. Propriétaire, Décarie, Victor, 715 Belmore.

Rue St-Urbain, quartier St-Laurent; 1 maison, bureaux, 10 étages, 1e classe; coût prob. \$220,000. Propriétaire, M. L. H. & P. Co., rue Craig Ouest.

Rue St-Hubert, quartier St-Denis; 1

maison, 2 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$3,500. Propriétaire, Oumet, Jos., 753 Laval.

Rue Rolette, quartier St-Denis; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 2e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, Bérard, A., 2934 St-Hubert.

Rue Beaudry, quartier St-Jacques; 1 maison, 1 logement, 4 étages, 2e classe; coût prob. \$7,000. Propriétaire, Ethier, Art., 230 Beaudry.

Rue Girouard, quartier Notre-Dame de Grâce; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, Marcil, Nap., 2562 Esplanade.

Rue Bleury, quartier St-Laurent; 1 maison, 1 magasin, 3 étages, 2e classe; coût prob. \$12,500. Propriétaire, Wall, W. J., 134 Bleury.

Rue Champlain et Ste-Rose, quartier Ste-Marie; 2 maisons, 4 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$7,000. Propriétaire, Boudriau, A. et P., 854 Craig Est.

Rue Marie-Anne et St-André, quartier Duvernay; 1 maison, 1 magasin, 2 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$5,000. Propriétaire, Demers, O., 559 Fullum.

Rue Girouard, quartier Notre-Dame de Grâce; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, Paiement, L., Old Orchard.

Rue De Lanaudière, quartier St-Denis; 2 maisons, 8 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$8,000. Propriétaire, Brosseau, Moïse, 350 Garnier.

Rue Iberville, quartier Ste-Marie; rép. 1 maison, 1 logement, 1 étage; coût prob. \$1,000. Propriétaire, Montbeau, Clovis, 563 Iberville.

Rue Rachel Est, quartier Duvernay; rép. 1 maison, 1 magasin, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$1,500. Propriétaire, Myette, J. A., 483 Rachel Est.

Rue Montgomery, quartier Hochelaga; rép. 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$1,200. Propriétaire, Nolet, M., 55 Montgomery.

Rue Ontario Est, quartier St-Louis; rép. 1 maison, 1 magasin, 1 logement; coût prob. \$1,000. Propriétaire, Fauteux, T. A., 677 St-Hubert.

Rue Bordeaux, quartier St-Denis; rép. 1 maison, 1 logement, 1 étage; coût prob. \$1,000. Propriétaire, Monahan, Phil., 2632 Bordeaux.

161-163 St-Denis, quartier St-Jacques; rép. 1 maison, 2 logements, 3 étages; coût prob. \$2,500. Propriétaire, Lenoir, F. ?, 480 Ste-Catherine Est.

Rue Ste-Catherine et Darling, quartier Hochelaga; rép. 1 maison, bureaux, 3 étages; coût prob. \$4,000. Propriétaire, Banque d'Epargne, rue St-Jacques.

Rue Christophe Colomb, quartier St-Denis; rép. 1 maison, 1 logement, 2 étages; coût prob. \$1,800. Propriétaire, A. Ste-Marie, 1590 Christophe Colomb.

Rue Mont-Royal Est, quartier Laurier; rép. 1 maison, 1 logement; coût prob. \$3,000. Propriétaire, Ménard, P., 2494 Park Ave.

Rue Esplanade, quartier Laurier; rép. 1 maison, 1 logement, 1 étage; coût prob. \$5,000. Propriétaire, Fourgis, O. R., 444 Durocher.

Rue Châteaubriand, quartier St-Denis; rép. 1 maison, 2 logements, 1 étage; coût prob. \$1,600. Propriétaire, Kirk, Thos.



FAITES PREPARER VOS PLANS DE CONSTRUCTIONS PUBLIQUES  
OU PRIVEES, PAR

**P. L. W. DUPRE & CIE.,**

CONSTRUCTEURS ET EXPERTS EN ARCHITECTURE

567 AVE. DELORIMIER, MONTREAL. — Tél. La Salle 437

Demandez notre Catalogue "The Progress".

## CLOTURE ORNEMENTALE



en fer de la Home Fence Co., U.S.A., de 50c le pied en montant. 100 modèles différents. Barrières d'entrée, sièges de parterre, vases pour fleurs, grillage en broche et en fer pour châssis, etc

Donnez vos commandes immédiatement afin d'être servi dans le courant du mois de mai.

**P. L. W. DUPRE & Cie.,**

567 AVE. DELORIMIER. Tél. La Salle 437.

## Achetez le meilleur

Corde pour Châssis, marque "Hercules"

Corde de Coton, marque "Star"

Articles de Vêtements, en Coton,

Ficelle de coton, 3 et 4 fils

En vente dans toutes les Principales Maisons de Gros.

**The Hamilton Cotton Co.**

HAMILTON, Ont.

## CHARBON

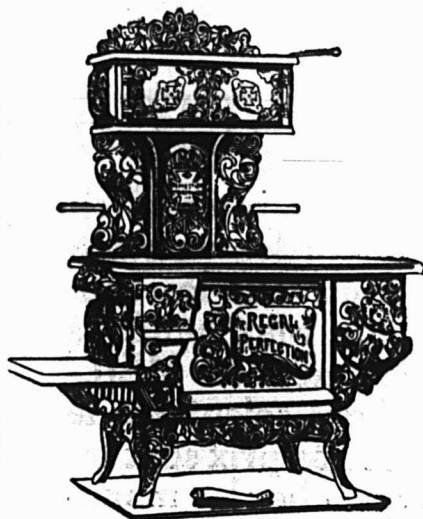
Anthracite et Bitumineux.

Expédié par voie ferrée ou voie d'eau à tous  
endroits de la Province de Québec.

**GEORGE HALL COAL CO.**  
OF CANADA, LIMITED.

126 RUE ST-PIERRE, MONTREAL.

# Le Poêle 'REGAL'



est garanti cuire également et parfaitement. Nous n'hésitons pas à dire que ce poêle est parfait sous tous les rapports. Il vous sera profitable d'en avoir un échantillon en magasin. Si vous ne tenez pas les poêles mais en avez

besoin pour votre propre usage, nous vous en vendrons un à bas prix pourvu que personne ne vende nos poêles dans votre ville.

**The James Smart Mfg. Co.**  
**LIMITED.**

**BROCKVILLE, - - Ontario.**



MANUFACTURIERS DE

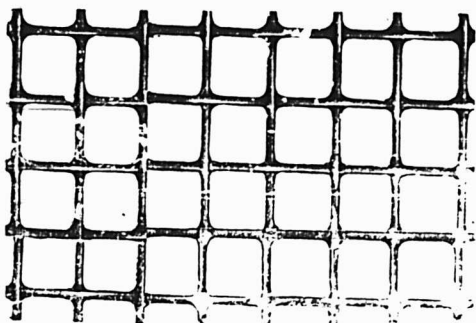
Véhicules pour Enfants. Meubles en osier. Accessoires  
pour chambres de toilette, Et chaises pour invalides.



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

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

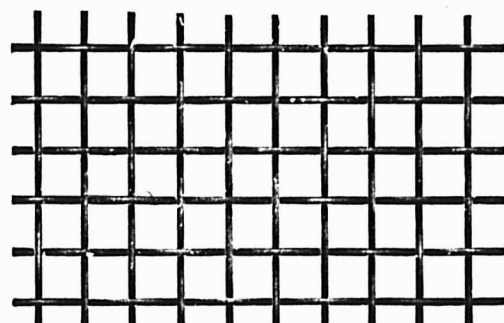
# TOILE METALLIQUE



Toile métallique à passer le sable.

Toile métallique à vanner.

Toile métallique regalvanisée.



Toutes espèces de toile métallique et treillage.

Câble métallique.

Garnitures de câble métallique.

Manufacturés par

**The B. Greening Wire Co., Limited.**

**HAMILTON, Ont.**

**MONTREAL, Qué.**

# Verre à Vitres

Le meilleur est le moins cher !

Nous offrons du VERRE ANGLAIS fait dans notre propre usine.

C'est le plus profitable aux marchands quincailliers et aux marchands généraux en ce qu'il est très facile à couper mais presque absolument incassable.

Nous serons heureux de vous fournir tous les verres de toutes descriptions.

Demandez les catalogues illustrés et les listes de prix à

**PILKINGTON BROS., Limited**

Ruelle Busby . . . Montréal.

— AUSSI A —

TORONTO, Rue Mercer ; WINNIPEG, Rue du Marché  
VANCOUVER, Avenue Columbia

Nous ne perdons jamais un client une fois qu'il a commencé à faire affaires avec nous.

## POURQUOI ?

Parceque nous sommes en mesure de lui donner satisfaction sous tous les rapports Nos marchandises sont strictement les MEILLEURES qui soient sur le marché et nos prix sont les mêmes que chez les manufacturiers d'articles inférieurs. Ainsi donc, achetez les meilleurs.

**Cowan & Britton Limited.**

GANANOQUE, Ont.

Couplets, Pentures, Articles de Ferronnerie pour Constructions.

## 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

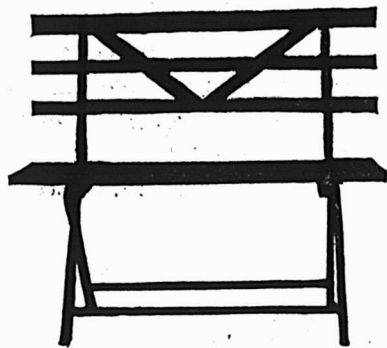
Toitures Goudronnées (Roofing) prêtes à poser, 2 et 3 plis  
Papiers de Construction. Feutre à Doubler et à Tapisser  
Produits du Goudron. Papier à Tapisser et à Imprimer  
Papier d'Emballage Brun et Manille.

**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 papier, Joliette, Qué.



## SIEGES POUR JARDINS

Le banc extra solide et très utile illustré ici est fait de bois de hêtre.

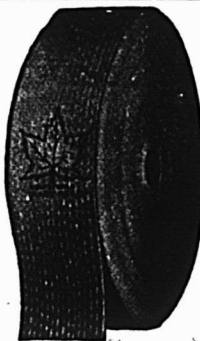
Le siège et les pièces du dossier sont solidement vissés au cadre d'appui.

No. 0.3½ pieds de longueur  
Demandez notre catalogue 'D'

Nous fabriquons aussi les célèbres Escabeaux "Hercules," Echelles Extension par câble, Balançoires pour pelouses, Chaises pliantes, et généralement tous les meubles pour

véranda et parterre.

**The Stratford Manufacturing Co., Limited**  
STRATFORD, Ontario.



## COURROIES MAPLE-LEAF

Copie d'un Témoignage de  
**W. G. BARNES, Green River, Ont.**  
SCIERIE MÉCANIQUE

En réponse aux questions que vous nous avez posées récemment, nous vous dirons que les courroies sont arrivées en parfait état et nous donnent entière satisfaction ainsi que celles dont nous nous servons depuis un certain nombre d'années.

**DOMINION BELTING CO., LTD.**  
10 rue St-Jean - Montréal



**RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX.**

(Suite de la page 35)

lias Gélinas à Emile Hamel, Ste-Flore; Médéric Laperrière à Philias Gélinas, Ste-Flore; Milray Gélinas à Frédéric Paquin, Ste-Flore; Hormisdas Rivard à Josué Pellerin, Ste-Flore; Arthur Desaulniers à Narcisse Lampron, St-Boniface; Désiré Lampron à Morasse Bellemare, St-Etienne.

**Obligations**

Louis Lapointe à Arthur Gélinas, Yamachiche; Marie-Louise Piatte à J. H. Ricard, Trois-Rivières; J. B. Fr-d-ric Houde à Louis Dozois, Trois-Rivières; Richard Cossette à Phi. Marchand, Shawinigan Falls; Zarilla Hanis à Charles Beaulieu, Shawinigan Falls; William Sawyer à Arthur Charest, Shawinigan Falls; Ulric Perreault à Moïse Boisvert, Shawinigan Falls; Louis Lafrenière à Onésime Hébert, Ste-Flore; Ephrem Hamel à Joseph Grenier, Ste-Flore; Philippe Boucher à Adolphe Gélinas, Ste-Flore; Narcisse Lampron à Dame J. C. Gélinas, St-Boniface.

**Testament**

Marie-Anna Pellerin à Willie Bellemare, Yamachiche; Fridoline Blais à J. Albert Matheau, St-Mathieu.

**Contrat de mariage**

Damase Neault à Elmire Sirard, Trois-Rivières.

**Transports**

Ephrem Hamel à Anna Ferron, Ste-Flore; Ozéline Boisvert à Achille Gagnon, Grand'Mère; Caisse Populaire St-Maurice à Geo. Bouchard, Grand-

Mère; William Sawyer à Arthur Charest, Shawinigan Falls.

**Echange**

Olivier Rousseau à Johnny Béland, Grand'Mère.

**Rétrocession**

Blanche Bureau à Hon. Jacques Bureau, Trois-Rivières.

**Jugements**

William Venne vs Xavier Langevin, Cap de la Madeleine, \$8.00; The Globe Suspend Co. vs Jules Pageau, Cap de la Madeleine, \$43.04; Banque Nationale vs Gédéon Jacob, St-Tite, \$11.79; Banque Nationale vs Alph. Bellemare et Lucien Pothier, Trois-Rivières, \$46.50; P. J. Héroux vs Napoléon Lord, Trois-Rivières, \$15.37; H. Bastarache vs J. Alf. Précourt, Trois-Rivières, \$29.50; Adolphe Lambert vs Olivier Lamothe, Trois-Rivières, \$19.28; Edm. Buisson vs Marie-Jeanne Boisvert, Trois-Rivières, \$29.00.

**Ventes par les Shérifs**

Du 11 au 18 inclusivement

**District d'Iberville**

—La Société d'Administration Générale vs The St. John's Land and Building Company, Limited.

1° Un emplacement sis et situé au coin sud-ouest des rues St-Louis et Champlain, en la ville de St-Jean, dans le district d'Iberville, connu sous le No 223, avec une maison en briques et autres bâtisses dessus construites.

2° Un terrain sis et situé au côté est de la rue Champlain, en la ville de St-Jean susdite, connu et désigné aux plan et livre de renvoi officiels de la dite ville de St-Jean sous le No 54, avec les bâtisses y érigées.

3° Un terrain sis et situé au côté sud de la rue St-Charles, dans la dite ville de St-Jean, connu sous le No 63, avec une bâtisse en briques servant de manufacture et autres bâtisses y érigées.

Vente au bureau du shérif, le 14 mai 1913, à 11 heures a.m.

—La Ville de St-Jean vs Dame Eveline Bouchard.

Un terrain sis et situé à l'angle sud-est des rues St-Charles et Jacques-Cartier, en la ville de St-Jean, connu sous le No 170, avec une maison en briques et autres bâtisses y érigées.

Vente au bureau du shérif, le 13 mai 1913, à 11 heures a.m.

**District de Montmagny**

—Eugène Bouffard vs Joseph Boutin.

1° La juste moitié nord-ouest du lot No 44 du cadastre officiel pour le 2ème rang du canton Bellechasse.

2° Le lot No 43 du cadastre officiel pour le 2ème rang du canton Bellechasse, avec les bâtisses dessus construites, circonstances et dépendances.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de Ste-Sabine, le 13 mai 1913, à 10 heures a.m.

—Erasmus Caron vs The Quebec Contracting Co.

1° Les lots No 4 et 5, connus au cadastre officiel du rang A du canton Fournier, dans le comté de L'Islet.

2° Un demi-lot de terre connu et désigné au cadastre officiel du rang A du canton Ashford, comté de L'Islet.

**Théâtre National Français**

Semaine du 12 Mai 1913

**L'Amour Veille**

Matinée tous les jours.

Les Meilleures Foreuses Tordues, Les Meilleures Vis et Noix

sont celles de

**"MORROW"**

"Voyez si le nom est gravé sur les foreuses. Usines à Ingersoll, Ont. N'acceptez pas d'articles inférieurs. Insistez pour avoir des articles "MORROW".

**La qualité procure la clientèle**

La faucheuse "WONDYATT" pour pelouse est sans peine la plus populaire faucheuse de haute qualité qui soit sur le marché Canadien—elle est munie de couteaux en acier trempé à l'huile—a un cylindre à quatre lames—une roue motrice de 10½". Les coussinets sont très longs et ajustables—un système de boîtes à herbe y est adjoint.

Si votre marchand en gros ne tient pas ces faucheuses écrivez nous directement.

**Taylor - Forbes Company, Ltd.**

246 CRAIG STREET WEST, MONTREAL.

**TAYLOR - FORBES COMPANY, Ltd.**

Bureau - chef et usines, GUELPH, Ont.

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT"

Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Damase, le 15 mai 1913, à 10 heures a.m.

#### District de Québec

—La Banque Nationale vs Charles Verge.

Le lot No 2674 du cadastre officiel pour le quartier St-Louis, de la cité de Québec, avec bâtisses dessus construites, circonstances et dépendances.

Vente au bureau du shérif, le 16 mai 1913, à 10 heures a.m.

#### District de St-François

—Ernest Sylvestre vs Robert Parks.

Un morceau de terre situé dans le village de Beaulac, comté de Wolfe, connu comme formé des lots 65, 83 et 100 sur le plan du cadastre et dans le livre de renvoi officiels pour le dit village de Beaulac, avec les bâtisses dessus construites, circonstances et dépendances.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Olivier de Garthby, le 13 mai 1913, à 2 heures p.m.

#### District de Trois-Rivières

—Joseph-Onésime Lehouillier vs Narcisse Boulanger.

Une terre située dans le 2e rang de la paroisse de St-Narcisse, connue sous le No 382 au cadastre officiel de la paroisse de St-Narcisse.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Narcisse, le 13 mai 1913, à 1 heure p.m.

### TRAVAUX D'INVENTEURS

Nos lecteurs trouveront plus bas une liste de brevets canadiens et américains obtenus cette semaine par l'entremise de MM. 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

147,643 — Mme Delima Portelance, L'Original, Ont. Eteignoir de lampes.

147,669 — George Wilton, Hendon, Ang. Fournaise à air chaud.

147,693 — MM. P. Wm. B. et J. McIlveney, Devenport, Nouvelle Zélande. Appareil chasse d'eau pour cabinets d'aisances.

#### Nos. Etats-Unis

1,060,067 — Irénée Defoy, St-Roch (Québec). P. Q. Valve régulatrice automatique pour réchauds.

1,060,234 — J. A. P. Deguise, Maison-neuve, Qué. Serrure combinaison.

Le "Guide de l'Inventeur", traitant de brevets, sera envoyé gratis à toute adresse sur demande.

### LA LOI LACOMBE

#### Employés

A. H. Casavant  
Pierre Falardeau  
Pierre Falardeau  
Jos. Larin  
Emile Lange  
A. Laurence  
John Morris  
Renard F. Van Kessel

#### Employeurs

Can. Direct Imp. Co.  
Alf. Valiquette  
Art. Raymond  
Théo. Péladeau  
The Imperial Tobacco Co.  
The City Ice Co.  
Isabella R. Morris  
Le Consulat Impérial de la Russie

Négociants rigoureusement honnêtes, fabricants consciencieux, vous vendez à une clientèle des marchandises d'une qualité exceptionnelle, pendant que des milliers d'acheteurs se plaignent de ne savoir où trouver précisément les produits de choix que vous vendez. Faites-vous

## LES TRIBUNAUX

### COUR SUPERIEURE

#### ACTIONS

Défendeurs	Demandeurs	Montants
Blue, Jas. R.	Capelton Ogilvie Flour Mills Co. Ltd	
Boulé, Jos., Sr.	Chambly Bisaillon & Co.	512
Bertrand, Avila	St-Alexis des Monts Ogilvie Flour Mills Co. Ltd	1016
Gauthier, Eudore	St-Geneviève St. Lawrence Flour Mills Co.	630
Newman, John	Verdun Stephens, S. S.	500

### COUR SUPERIEURE

#### JUGEMENTS RENDUS

Défendeurs	Demandeurs	Montants
Adams, J. J.	Adamsville Thiel Detective Service Co. of Can.	216
Durocher, Nap.	Cartierville Berthelet, J. H.	112
Allard, J. B.	Como Massey Harris Co. Ltd., 4ème classe	
Brisebois, Norbert	Pointe Claire Liberson, A. Z.	185
Séguin, André, Larocque, Barnabé	Rigaud Dandurand, Ls. 1e cl.	
Papineau, Odilon	St-Vincent de Paul Sarazin, A., 2ème classe	
Comm. d'Ecoles de Ville Marie	Ville Marie Crédit Foncier	3235

### COUR DE CIRCUIT

#### JUGEMENTS RENDUS

Défendeurs	Demandeurs	Montants
Gilbert, Arsène	Danville The Wm. Gray & Sons Co. Ltd.	75
Giroux, F. X.	Farnham Stroud, W. D. & Son	30
Landry, Narcisse	Green River Miller, R. C.	6
Rees, D. P.	Lachine Bush, S. H. R.	35
Charbonneau, Aldéric	Maisonneuve Maranda, J. O.	25
Bell, J. H.	Maisonneuve Delisle, R.	19
Mathieu, Johnny	Maisonneuve Maranda, J. O.	33
Damsie, W.	Maisonneuve Lamoureux, V.	7
Bennett, Michel	Outremont Fréchette, J.	18
Bourgeois, Aimé	Québec Hudon, Hébert & Cie Ltée	31
Dion, Henri	Ste-Dorothée Delisle, R.	35
Chartrand, Arthur	St-Elzéar Delisle, R.	3'
Leduc, Omer	St-Eustache Delisle, R.	38
Soubhani, Jos.	St-Gabriel de Brandon Saba, G. et al.	42
Guertin, P.	St-Liboire Létourneau, J.	41
Bonneau, A. N.	Sutton Meyer Bros.	30
Giard, P.	Tétraultville Boire, E. et al.	35
Barakatt, Tanos	Trois-Rivières Phaneuf, P. et al.	25
Thompson, Wm.	Verdun Derome, M. et al.	20
Rhéault, Nap.	Victoriaville Empire Oil Co.	21
Brown, Hector	Westmount Sanderson, J.	9

La plus grosse quantité débitée,

La plus haute qualité livrée,

Les prix les plus avantageux du marché.

# Production Journalière 17,500 barils

Correspondance Sollicitée

Savoir acheter est la clef du succès dans les affaires ;  
Il y a souvent plus d'argent à faire dans l'achat que  
dans la vente.

Notre énorme production nous permet de vous faire  
des prix très avantageux.

## Ecrivez-nous pour Cotations

Nous avons beaucoup d'engrais en stock.

Nos marques sont les meilleures qui soient sur le marché.

Nos prix défient toute concurrence.

Nous pouvons vous vendre des chars d'engrais  
complets tels que SON, GRU, MIDLINGS,  
FARINE D'ENGRAIS, etc... Nous mettons dans  
vos chars l'assortiment que vous désirez.

Pourquoi acheter de la farine forte quand vous  
n'en avez pas besoin ? Nous ne vous vendrons  
que la quantité qui vous est nécessaire.

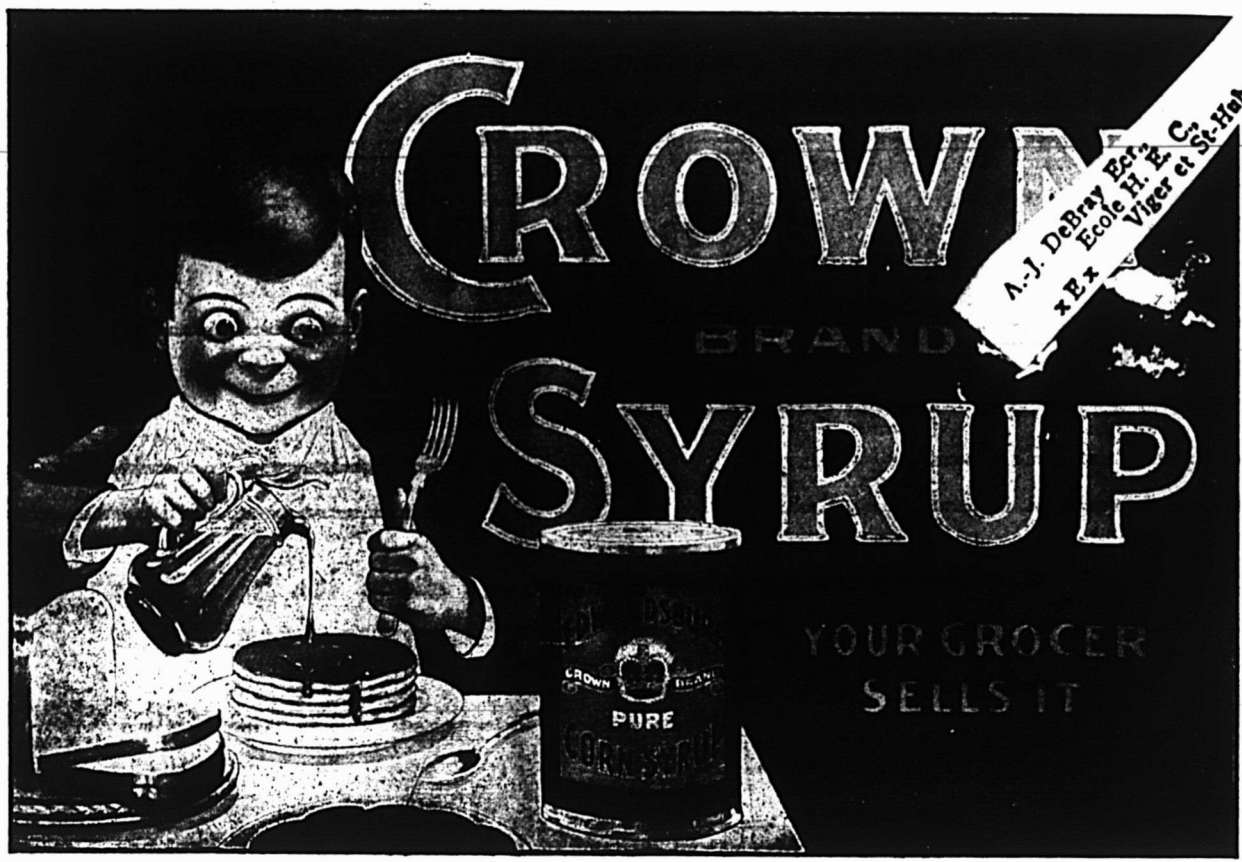
Demandez ce que vous voulez  
et quelle quantité de chaque sorte

# The CANADIAN MILLING AGENCY

9 Rue ST-LOUIS,

VICTORIAVILLE, Qué.





# SIROP DE BLE D'INDE

## “MARQUE CROWN”

Cette affiche artistique (en couleurs) augmente la demande des consommateurs pour le Sirop de Blé d'Inde “Marque Crown” dans tout le Canada.

Le Sirop de Blé d'Inde “Marque Crown” n'a pas d'égal. Les épiciers n'hésitent jamais quand on demande du Sirop de Blé d'Inde—ils fournissent naturellement le meilleur—“La Marque Crown”.

“ The Canada Starch Co. Limited ”

Manufacturiers des MARQUES EDWARDSBURG.

MONTREAL, CARDINAL, TORONTO, BRANTFORD, VANCOUVER.