

J. E. Vanier, 1er Juin 19
5 Beaver Hall Sq

Le Prix Courant

FONDE EN 1887

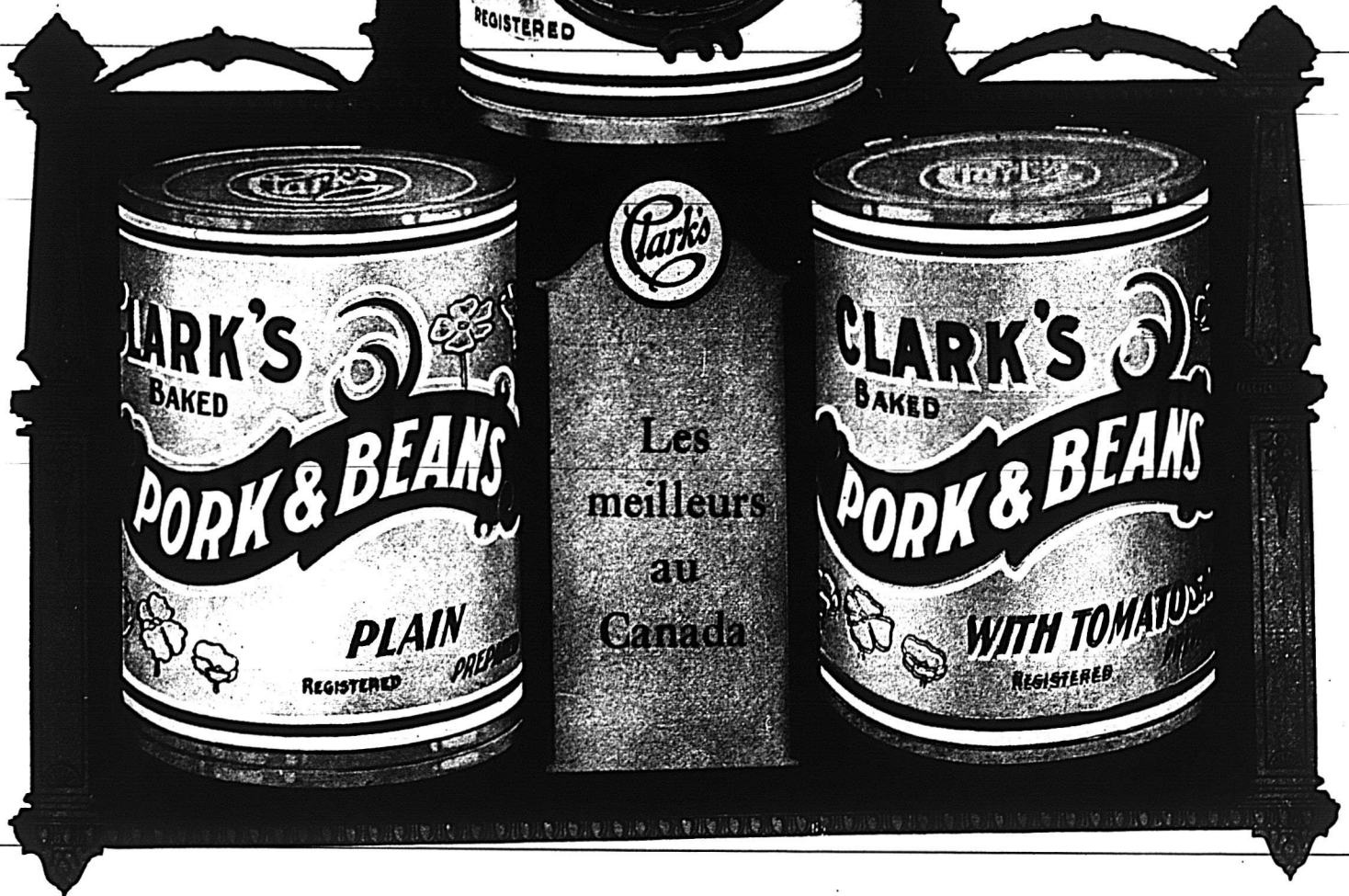
MONTREAL, 5 NOVEMBRE, 1915

SPECIAL D'AUTOMNE No. 45

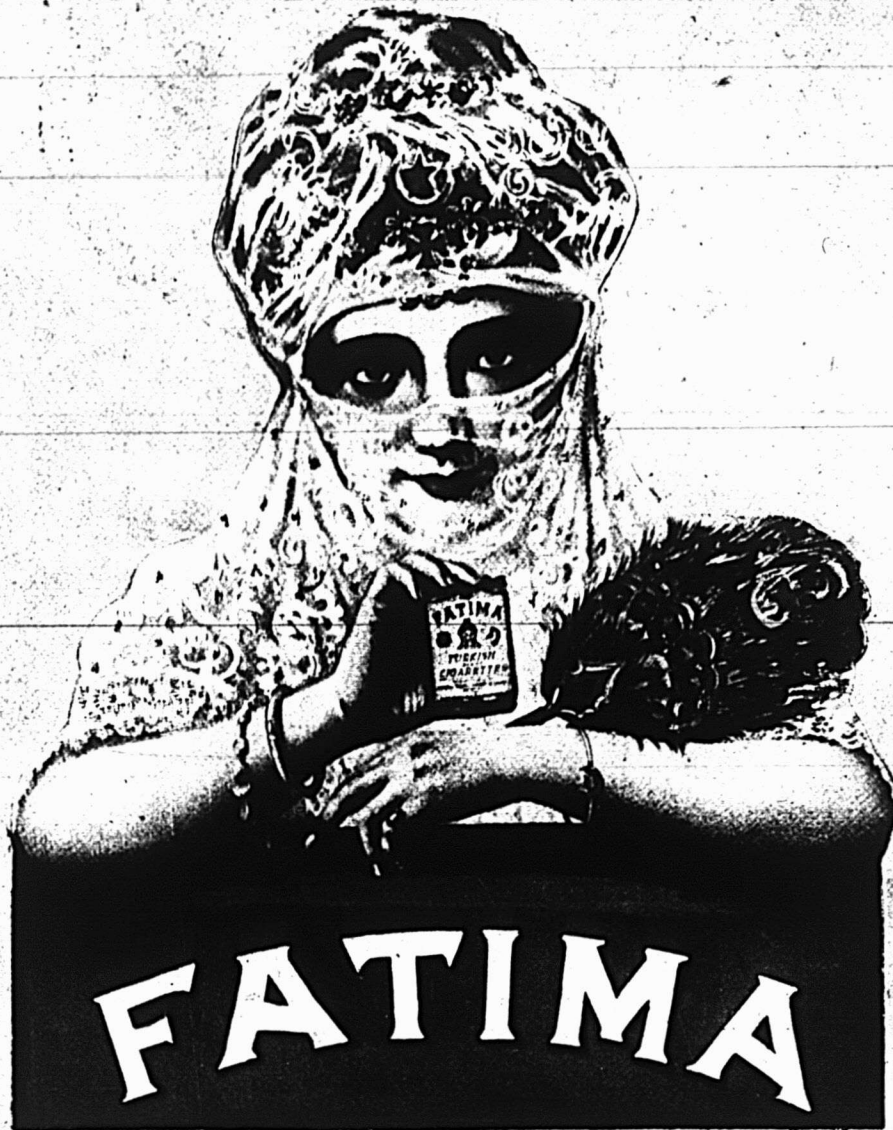


Produits
Canadiens

Main d'oeuvre
Canadienne



W. CLARK. LIMITED - MONTREAL



FATIMA

CIGARETTES TURQUES



Les Cigarettes Fatima ont été en vogue dès leur mise sur le marché parce que les fumeurs aiment leur paquetage compact—20 cigarettes—L'arome de ces cigarettes est délicieux.

Renouvelez votre stock.



LES PRODUITS

revêtus d'une étiquette à la marque

VICTORIA

sont absolument garantis de première qualité

VOTRE COMMERCE

sera donc toujours permanent si vous vendez les produits "VICTORIA"

LE THE JAPON "VICTORIA"

est depuis 15 ans le choix du consommateur anxieux de boire un thé d'une saveur particulière.

Plusieurs de nos clients ont développé un commerce de thé très considérable en vendant le

JAPON "VICTORIA"

il est préféré à tout autre, parce qu'il se vend régulièrement et donne un meilleur bénéfice.

Un échantillon vous convaincra de sa supériorité.

UN GRAND NOMBRE DE DETAILLEURS

connaissent la valeur de notre Thé Japon "VICTORIA," mais tous ne savent pas encore quels bénéfices rapporterait à leur commerce la vente de notre

CAFE MOKA & JAVA

Marque "VICTORIA"

Ce café rôti chaque jour pour les commandes du lendemain, possède tout son arôme lorsque vous le recevez. Il est garanti pur et exempt de tout corps étranger.

Une carte postale vous mettra en possession d'un échantillon qui aura tout avantage d'être comparé à d'autres cafés d'un prix plus élevé.

QUALITE GARANTIE

SERVICE COURTOIS

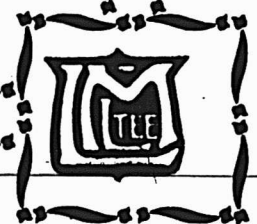
LIVRAISON RAPIDE

LAPORTE, MARTIN, LIMITEE

584 ST-PAUL

Tél. Main 376

MONTREAL



Un continuel producteur de Ventes

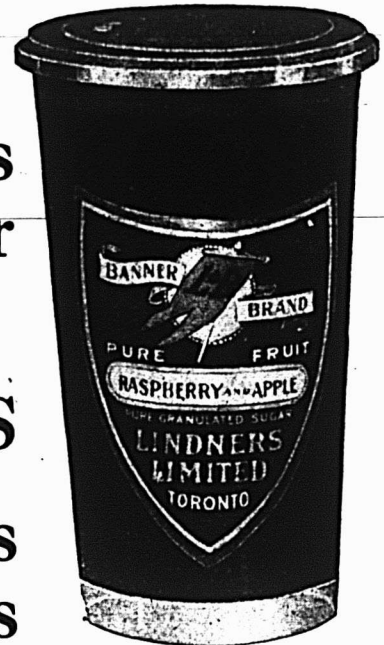
L'INOUBLIABLE SAVEUR, LE GOUT AGREABLE

des GELEES ET CONFITURES
de la "Marque Banner"

non seulement font faire des
ventes immédiates, mais leur
pureté absolue assure des

PROFITS PERMANENTS

Pour obtenir les plus
fortes ventes, renouvelées
rapidement et constamment, mettez en
évidence dans votre magasin la ligne
de la "Marque Banner."



Envoyez sans délai une commande
d'essai de Confitures et Gelées "Marque
Banner" et vous vous convaincrez de
leur popularité.



LINDNERS LIMITED

WINNIPEG: 306 Rose Ave.

BRAMPTON, Ont.

Représentants: H. WHISSEL, 2928 RUE DROLET, MONTREAL; H. D. Marshall, Ottawa; W. L. McKensie & Co., Edmonton et Régina; Jacksons, Limited, Calgary; H. E. Gross, Vancouver; R. S. McIndoe, Toronto.

--- The ---

ATLAS CONSTRUCTION COMPANY LIMITED

ENTREPRENEURS DE CONSTRUCTION EN BETON
ET BETON ARME

NOUS EXECUTONS DES BATISSES EN BETON DURANT
TOUTE L'ANNEE, EN ETE COMME EN HIVER, ET NOTRE
TRAVAIL EST GARANTI.

Pour] tous renseignements s'adresser à

Atlas Construction Company, Limited

37 RUE BELMONT

MONTREAL.

“Certainement, Madame, nous pouvons vous fournir la grosseur de grain, en fait de sucre granulé, que vous préférez: gros, moyen ou fin.

Et tous, Madame, de la même haute qualité que vous avez toujours connue comme ce qu'il y a de mieux en

St. Lawrence
Granulé

“Sucre extra granulé de pure canne”

On peut difficilement se rendre compte de l'importance de cet argument pour vous quand il s'agit de donner satisfaction à vos clients.

La plupart des gens aiment le sucre à gros grains, mais il y en a qui aiment les grains fins et moyens pour divers usages. Si vous avez les trois sortes en magasin il ne vous en coûte rien de plus, mais vous donnez à vos clients ce qu'ils désirent.

Cela vous intéresse-t-il? Vendez la meilleure qualité de sucre du Canada et ayez une spécialité pour les divers grains.

Au Commerce en gros Seulement:

WEST INDIA COMPANY
LIMITED

Edifice Coristine - - Montréal

Affiliée à
Sandbach, Tinné & Co., 3 Cook Street, Liverpool
(Fondée en 1803)
Sandbach, Parker & Co., Demerara, Guyane Anglaise
(Fondée en 1782)

Nous représentons les principales maisons d'affaires de la Barbade, de la Trinidad, de la Jamaïque, d'Antigua, de Ste-Lucie, de Grenada et d'autres îles des Antilles.

Nous demandons des commandes de produits des Antilles et des demandes d'informations de toutes sortes à leur sujet.

Sucres - Mélasses - Aliments pour le bétail
Pinnet - Gingembre - Muscade
Cacao Café
Noix de Coco, Etc., Etc.,

Nous attirons aussi l'attention sur notre DEPARTEMENT EUROPEEN qui est en rapport étroit, par l'intermédiaire de notre maison de Liverpool, avec tous les marchés Anglais, Continentaux et Asiatiques. Nous pouvons d'habitude faire des prix attrayants sur les articles suivants:

RIZ, SAGOU, TAPIOCA, POIVRE, CANNELLE et autres Epices, **NOIX, PISTACHES DE TERRE (Peanuts)**, toutes sortes de noix pour la Confiserie et spécialités de tous genres pour l'épicerie.

On est prié de nous demander des informations relativement à n'importe quel article désiré de l'Europe ou des Indes Orientales; et si l'on a besoin de quelque article spécial pour le commerce, que l'on veuille bien nous le faire savoir.



GAZELLE

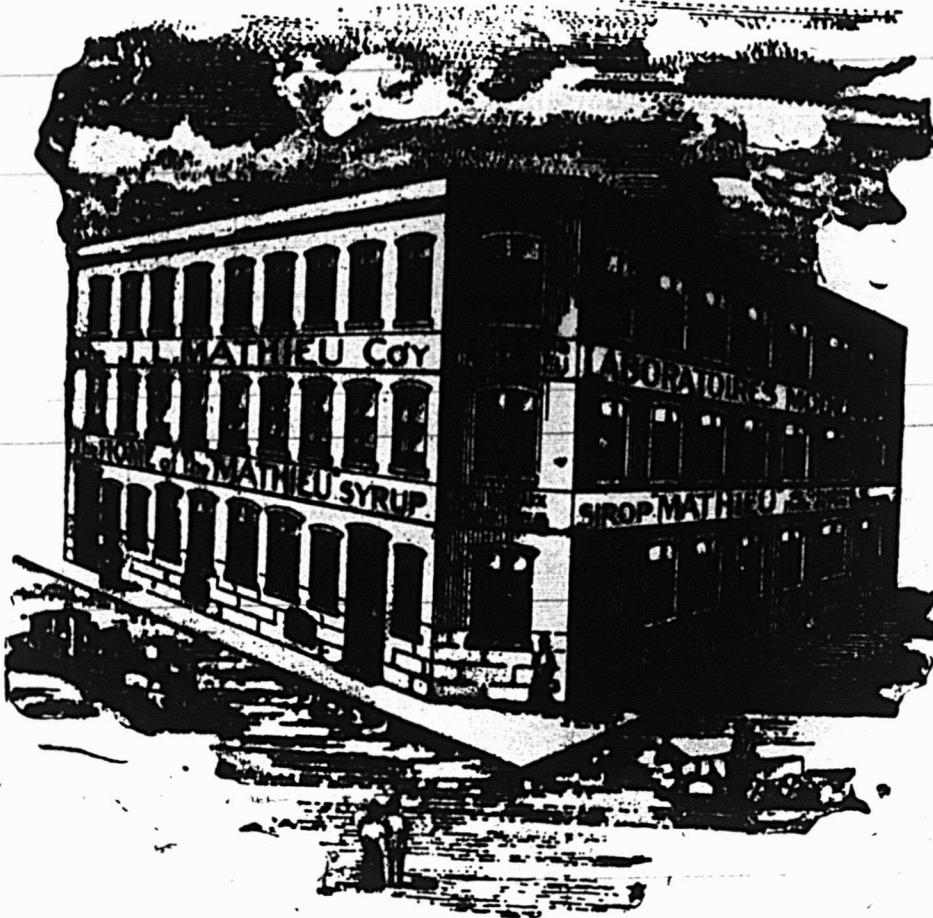


Faut-il encore exalter les produits de la marque "Gazelle": quand tout le monde en use et proclame leur excellence!

Hudon, Hébert & Cie., Limitée.

Montréal.





Laboratoire de la Cie J. L. MATHIEU, à Sherbrooke.
UN DES PLUS BEAUX DU CANADA.

Voyez à ce que
votre assortiment
soit au complet du

SIROP MATHIEU

de Goudron
et d'Huile de Foie
de Morue

ET DES
POUDRES NERVINES
MATHIEU

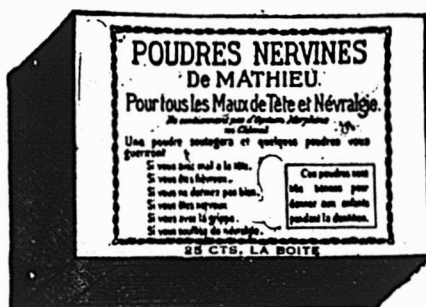
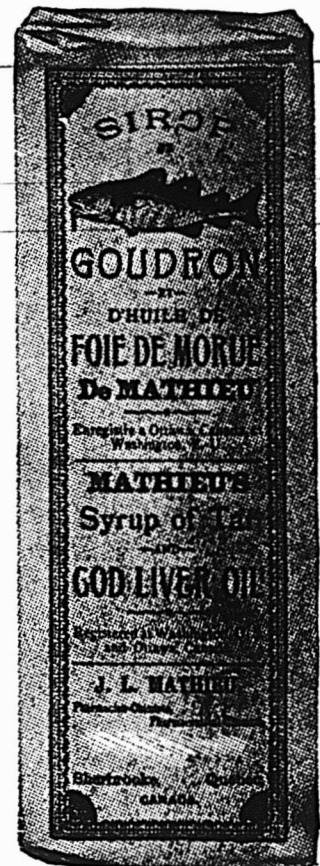
le remède favori contre
les maux de tête, névral-
gies, douleurs, fièvre,
etc.

ENCORE UNE FOIS

les ventes du Sirop de Goudron et d'Huile de Foie de Morue dénotent en 1915 une augmentation sur celles des années précédentes.

SES QUALITES UNIQUES

en sont cause. Pour les rhumes de toute sorte c'est le remède favori du peuple, d'un océan à l'autre, parce que c'est le remède qui produit le meilleur effet. Vous pouvez le recommander sans crainte.



COMPAGNIE J. L. MATHIEU

SHERBROOKE, P.Q.

CHAPUT FILS & Cie., - - Montréal

Distributeurs pour le Gros.

Hudon & Orsali Limitée

EPICIERS EN GROS

IMPORTATEURS de VINS et LIQUEURS

Seuls Agents au Canada
pour le célèbre "COGNAC"

Lucien Foucauld & Co.

HUILE D'OLIVE

Adolphe Puget

RECONNUE LA MEILLEURE AU MONDE.



Qualité Vierge d'Aix

Qualité Supérieur

Qualité Surfine

En Bouteilles caisses 12 litres brochées,

" " " 24½ " "

" " " 12 Rondins.

" " " 24½ "

" " " 48½ "

" " " 96½ "

" Estagnons " 5 Gallons (Mesure Impériale.)

" " " 1 " "

" " " ½ " "

" " " ¼ " "

" " " ⅛ " "

Il est de votre intérêt de nous demander nos prix, avant d'aller ailleurs. Ecrivez-nous ou téléphonez-nous à nos frais: Main 4965

79 rue St-Paul Est, Montréal



**Chaque boîte de Confitures de la
Marque "Aylmer" ne contient
qu'une qualité-- la meilleure**

Et à cause de celà la Marque
Aylmer donne cette immense
satisfaction qui en fait partout
un stock qui se vend rapide-
ment et avec profit.

Les Confitures de la Marque
Aylmer sont caractérisées par
une saveur délicieuse, appétis-
sante et naturelle obtenue seu-
lement grâce au choix de ce
qu'il y a de meilleur dans la ré-
colte des fruits de la Saison et
l'emploi du Sucre de Canne le
plus pur pour le sucrage.

Les récipients hermétiquement
clos et à l'épreuve de l'air assu-
rent que leur contenu est ab-
solutement frais et pur—et c'est
un fait que vos clients auront
vite fait d'apprécier.

Etes-vous l'un des nombreux
marchands qui vendent des Ar-
ticles de la Marque Aylmer ?
Dans la négative, essayez-les
maintenant.

Dominion Canners Limited

HAMILTON

ONTARIO

Premier Arrivage de

Pâtes Alimentaires **“BERTRAND”**

Macaroni

Vermicelle

Spaghetti

Alphabets

Nouilles, Etc.

En vente dans toutes les MAISONS de GROS.

La maison **“BERTRAND”** a obtenu une permission du Gouvernement Français, permettant l'expédition de 5000 caisses de Pâtes Alimentaires pour le **CANADA**.

Comme c'est la seule expédition pour cette année, nous avisons les Maisons de Détails de s'approvisionner au plus tôt chez leurs fournisseurs habituels.

HENRI JONAS & CIE.,

Représentants pour le Canada et les Etats-Unis.

Pour tenir un article qui plaise et obtenir de bons profits, vendez le Poisson en conserves



De la Marque "BRUNSWICK"

En toutes saisons vous trouverez une bonne demande pour les conserves de poissons de Connors Bros. Elles sont tout aussi faciles à tenir en été qu'en hiver et chaque vente rapporte un bon profit au détaillant.

Situés comme nous le sommes, sur la côte même de l'Atlantique, nous obtenons le meilleur choix de la capture des pêcheurs.

Notre usine est en tous points moderne, strictement sanitaire et fonctionne dans des conditions parfaites.

Les Aliments Marins de la Marque Brunswick ont une réputation qui s'étend sur tout le continent, d'une rive à l'autre, tant parmi les consommateurs que parmi les marchands détaillants. Cette réputation est établie sur la qualité du produit mis en conserves à la perfection, et sur le prix raisonnable qui laisse un bon profit au détaillant.

Examinez votre stock, M. l'Épicier, et voyez de quelles marques Connors vous manquez. Ensuite commandez, d'après la liste suivante: $\frac{1}{4}$ Sardines à l'Huile, $\frac{3}{4}$ Sardines à la Moutarde, Kippered Herring, Harengs Sauce Tomate, Finnan Haddies (Boîtes Rondes et Ovale), Clams, Scallops.



CONNORS BROS., Limited
Black's Harbor, N.B.

FRUITS SECS

NOUVELLE RECOLTE

Reçu en Magasin

- 1000 Boites FIGUES DE CALIFORNIE, en briques et en lits.
- 3500 " PRUNEAUX de CALIFORNIE et OREGON, boites 25 lbs.
"faced," toutes grandeurs, 30/40 à 90/100.
- 2000 " RAISINS EPEPINES de CALIFORNIE, paquets 16 oz.
- 1500 " ABRICOTS et PECHES évaporés de CALIFORNIE, boites
25 lbs. "faced."
- 2000 " RAISINS de CALIFORNIE LOOSE MUSCATELS, 3 cou-
ronnes, boites 50 lbs.
- 100 " RAISINS SULTANAS de CALIFORNIE, "loosé Sulphur
Bleached."
- 100 Poches FEVES LIMA de CALIFORNIE.

Conserves de Fruits et Legumes

"PRIMUS"

LA MARQUE PAR EXCELLENCE

QUALITE GARANTIE

RAISINS DE CORINTHE, RAISINS VALENCE
RAISINS SANS PEPINS, NOIX
A arriver sous peu

NOUS AVONS TOUJOURS EN MAINS UN ASSORTIMENT CONSIDERABLE

NOS PRIX SONT TOUJOURS RAISONNABLES

NOTRE SYSTEME DE LIVRAISON EST IRREPROCHABLE

DEMANDEZ NOS PRIX

L. Chaput, Fils & Cie., Limitée

Epiciers en Gros et Importateurs

2, 4, 6, 8, 12 & 15 Rue de Bresoles, - - MONTREAL

ETABLIE EN 1842

Ce que vous avez—**Gratis**—Quand vous vous approvisionnez de

Lantic Sugar

Vous avez une qualité de Sucre Granulé qui n'a jamais été égalée dans l'histoire du raffinage du sucre.

(Nous disons cela à vos clients dans toutes nos annonces).

Vous avez une garantie de pureté et de douceur sans pareille appuyée par une Raffinerie de \$2,000,000.

(Nos annonces le disent à tous vos clients).

Vous avez tout le bénéfice de notre publicité dans les journaux et les revues.

(Publicité qui dit l'histoire de la qualité supérieure du Sucre Lantic à vos clients).

Vous avez la valeur de nos grandes affiches, de nos pancartes de magasin et autres aides pour la vente.

(Qui créent une demande sans précédent pour le Sucre Lantic).

Pourquoi ne pas profiter de ces avantages gratuits?



Atlantic Sugar Refineries, Limited

MONTREAL ET ST-JEAN, N.B.



PRIX COURANTS

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

WALTER BAKER & CO., LTD.

Chocolat Premium, pains de 1/2 liv. et de 1/4 de liv., boîte de 12 liv., par liv. 0.34

Breakfast Cocoa, boîtes de 1-5, 1/4, 1/2, 1 et 5 liv. 0.39

Chocolat sucré, Caracas, 1/4 et 1/2 de liv., boîtes de 6 lbs. 0.30

Caracas Tablets, Cartons de 5c, 40 cartons par boîte, la boîte.1.25

Caracas Tablets, cartons 5c, 20 cartons par boîte la boîte.0.65
s "Assortis," 33 paq. par boîte, la boîte 1.00

Chocolat sucré "Diamond", pain de 1-6 de liv., boîtes de 6 liv., la livre. 0.23

Chocolat sucré Cinquième, pains de 1-5 de liv.; boîtes de 6 liv., la livre 0.21

Coacoa Falcon (pour soda chaud et froid) boîtes de 1, 4 et 10 liv., la livre 0.34

Les prix ci-dessus sont F.O.F., Montréal.



BRODIE & HARVIE, LIMITED

Farines préparées de Brodie La doz.
"XXX" (Etiquette rouge) pnts 3 lbs. 1.75
Pnts de 6 lbs. 3.40
Superb, pnts de 3 lbs. 1.55
Pnts de 6 lbs. 3.00
Crescent, pnts de 3 lbs. 1.65
Pnts de 6 lbs. 3.20
Buckwheat, pnts de 3 lbs. 1.75
Pnts de 6 lbs. 3.40
Griddle Cake, pnts de 3 lbs. 1.75
Pnts de 6 lbs. 3.40

Caisses contenant 1 doz. de paquets de 6 lbs., ou 2 doz. de paquets de 3 lbs. 20c chaque. Toute caisse retournée en bon état est remboursée.

L. CHAPUT, FILS & CIE, Montréal.

Thé Noir Ceylan et Indien "Primus"
Etiquette Rouge, paquets de 1 lb. c-s 30 lbs, la livre 0.33
Etiquette Rouge, paquets 1/2 lb., c-s 30 lbs, la livre 0.33
Etiquette Argent, paquets 1 lb., c-s 30 lbs, la livre 0.40
Etiquette Argent, paquets 1/2 lb., c-s 30 lbs, la livre 0.40

CHURCH & DWIGHT Cow Brand Baking Soda.



En boîtes seulement.

Empaqueté comme suit:

Caisses de 96 paquets de 5c. \$3.20
Caisse de 60 paquets de 1 lb. . . 3.20
Caisse de 120 paquets de 1/2 lb. . . 3.40

Caisse de 30 paquets de 1 lb., et 60 paq. mélangés, 1/2 lb. 3.30

W. CLARK, LIMITED Montréal.

Conserves La doz.
Corned Beef Compressé . . . 1/2s. \$1.50
Corned Beef Compressé . . . 1s. 2.90
Corned Beef Compressé . . . 2s. 5.50
Corned Beef compressé . . . 6s. 18.00
Corned Beef compressé . . . 14s. 37.00
Roast Beef 1/2s. 1.50
Roast Beef 1s. 2.90
Roast Beef 2s. 5.50
Roast Beef 6s. 18.00
Boeuf bouilli 1s. 2.90
Boeuf bouilli 2s. 5.50
Boeuf bouilli 6s. 18.00



Veau en gelée 1/2s. 1.50
Veau en gelée 1s. 2.75
Veau en gelée 2s. 4.50
Veau en gelée 6s. 18.00
Hachis de Corned Beef . . . 1/2s. 1.50
Hachis de Corned Beef . . . 1s. 2.30
Hachis de Corned Beef . . . 2s. 4.25
Beefsteak et oignons . . . 1/2s. 1.50
Beefsteak et oignons . . . 1s. 2.90
Beefsteak et oignons . . . 2s. 5.00
Saucisse de Cambridge . . . 1s. 2.40
Saucisse de Cambridge . . . 2s. 4.00
Pieds de cochons sans s . . . 1/2s. 1.50

MAGIC BAKING POWDER MAGIC BAKING POWDER

Epiciers :

Une réputation établie de commerçant honnête tenant des marchandises fiables est un actif de valeur et que tout détaillant devrait désirer. Cela ne peut s'obtenir que par un effort persistant et déterminé à tenir les produits que l'on sait devoir plaire au client même si le profit net de la vente est un peu moindre que celui obtenu sur des marques sur lesquelles vous ne pouvez vous permettre de risquer votre réputation. Cela vous payera de pousser la vente de la poudre à pâte "Magie" et les résultats obtenus à la fin de l'année vous surprendront. L'article est bien annoncé et vous n'avez pas à perdre de temps en explication au moment de la vente.

MAGIC BAKING POWDER

LA SEULE POUDRE À PÂTE EN CANADA DONT TOUS
LES INGRÉDIENTS SONT MARQUÉS SUR L'ÉTIQUETTE

E.W. GILLETT COMPANY LIMITED

TORONTO, ONT.

MONTREAL

WINNIPEG



MAGIC BAKING POWDER MAGIC BAKING POWDER



Quand vous offrez le FAIRY SOAP (Savon Fairy) à vos clients vous leur donnez une raison réelle pour commercer avec vous, car c'est le meilleur savon de toilette que l'on puisse acheter pour cinq cents. Il n'y a pas moyen de faire un savon plus pur, plus blanc et plus doux que le FAIRY, et c'est le vrai savon qui donne satisfaction jusqu'à la dernière mince lamelle. Vous pouvez toujours être sûr d'une vente constante de savon FAIRY parce que celui-ci plaît.

THE N.K. FAIRBANK COMPANY
LIMITED

Le Ketchup aux Tomates de CLARK



LE MEILLEUR, QUI SOIT FAIT AU CANADA

Nos conserves de la nouvelle saison sont prêtes à présent à être expédiées.

Il n'y entre aucune matière préservante ni colorante ni quoi que ce soit de falsifié.

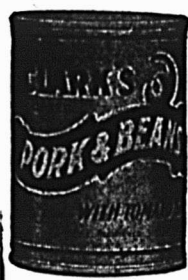
Garanti absolument PUR

Bouteilles de 8 onces, 12 onces, 16 onces 2 douzaines par caisse

Commandez-en à votre fournisseur dès maintenant

W. Clark, Limited, MONTREAL

- Pieds de cochons sans os . . . 1s. 2.25
- Pieds de cochons sans os . . . 2s. 4.25
- Langues d'agneau ½s. 1.90
- Boeuf fumé en tranches, boîtes de fer-blanc ½s. 1.65
- Boeuf fumé en tranches, boîtes de fer-blanc 1s. 2.65
- Boeuf fumé en tranches, pots en verre ¼s. 1.25



- Boeuf fumé en tranches, pots en verre ½s. 1.90
- Boeuf fumé en tranches, pots en verre 1s. 2.75
- Langue, jambon et pâté de veau ½s. 1.20
- Jambon et pâté de veau . . . ½s. 1.00
- Viandes en pot épicées, boîtes en fer-blanc, boeuf, jambon, langue, veau, gibier . . . ¼s. 0.50
- Viandes en pot épicées, boîtes en fer-blanc, boeuf, jambon, langue, veau, gibier . . . ½s. 1.00
- Viandes en pots de verre, poulet, jambon, langue . . . ¼s. 1.25
- Langues ½s. 2.00
- Langues 1s. 4.00
- Langues de boeuf, boîtes en fer-blanc ½s. 2.40
- Langues de boeuf, boîtes en fer-blanc 1s. 5.00
- Langues de boeuf, boîtes en fer-blanc 1½s. 8.00
- Langues de boeuf, boîtes en fer-blanc 2s. 10.00
- Langues en pots de verre . . . 1s. 5.75
- Langues de boeuf, pots de verre 1½s. 9.75

Le Prêt Immobilier, Limitée

CHAMBRE 30

Edifice - DANDURAND

Coin des rues St-Denis et Ste-Catherine
Phone Bell Est 5779

BUREAU DE DIRECTION:

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

Si VOUS avez BESOIN de CAPITAL

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

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

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

Ecrivez ou téléphones pour avoir la brochure explicative gratuite

ECOLE POLYTECHNIQUE

Examen d'Admission 1915

Cours préparatoire, division des ingénieurs et division des architectes:

1^{ère} Session, 1er juin.

2^e Session, 1er septembre.

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

La Réputation et le Maintien des Préparations de Cacao et de Chocolat de Walter Baker & Co.

ont été établies par des années d'affaires loyales, de fabrication honnête, une ligne de conduite inébranlable quant au maintien de la haute qualité des marchandises et par une publicité large et persistante.



Marque de Commerce Enregistrée

Ceci signifie, pour l'épicier, une demande constante et croissante de la part des clients satisfaits, sans risque pour lui pouvant résulter de l'impossibilité de vendre ou de la détérioration des marchandises et, à la longue, de beaucoup le commerce le plus profitable.

Toutes nos marchandises sont vendues en Canada et fabriquées en Canada.

Walter Baker & Co. Limited

Maison Fondée en 1780

Montréal, P.Q.

Dorchester, Mass

LACAILLE, GENDREAU & CIE

Successeurs de CHS. LACAILLE & CIE

Epiciers en Gros

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

Spécialité de Vins de Merse de Sicile et de Tarragone.

329 Rue St-Paul et 14 Rue St-Dizier, Montréal.

La Farine Préparée de Brodie

VOUS CONSERVE VOS CLIENTS
Toujours digne de confiance, elle est préférée à toutes autres farines.

UN BON VENDEUR

Voyez le coupon des épiciers dans chaque carton.

Brodie & Harvie, Limited

14 et 16 Rue Bleury

Tél. Main 436.

MONTREAL.

Chocolat "ELITE"

Non Sucré

DES EPICIERS

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

LE NOUVEL ALIMENT TOUT PRET A ETRE CONSOMME



KRUMBLES

Fait avec le blé entier, cuit, granulé et rôti. Plein de matière nutritive et d'une saveur délicate. Empaqueté dans le paquet WAXTITE qui conserve la saveur fraîche et bonne dans l'aliment et écarte toute autre saveur.

Cherchez cette signature :

W. K. KELLOGG CEREAL CO., - - - TORONTO

Langues de boeuf, pots de verre 2s. 12.00
Viande hachée en "tins" cachetées hermétiquement . 1s. 1.25
Viande hachée en "tins" cachetées hermétiquement . 2s. 2.40
Viande hachée en "tins" cachetées hermétiquement . 3s. 3.40
Viande hachée en "tins" cachetées hermétiquement . 4s. 4.80
Viande hachée en "tins" cachetées hermétiquement . 5s. 5.40
Viande hachée
En seaux, 25 lbs. 0.08
En cuves, 45 lbs 0.07 1/2
Sous verre 1s. 2.25

KETCHUP AUX TOMATES

Bouteilles, 31 " 8 oz. 2. \$1.35
Bouteilles, 42 " 12 oz. 2. 1.90
Bouteilles, 56 " 16 oz. 2. 2.40
Ketchup, 1 gallon jar 1.30
Ketchup, 5 gallon jars 1.25 per gal.

BEURRE DE PEANUT

Beurre de Peanut, 16 " — 1/4 — 2 \$0.95
Beurre de Peanut, 24 " — 1/2 — 2 1.40
Beurre de Peanut, 17 " — 1 — 1 1.85
Btes carrées
Seaux, 24 liv. \$0.15
Seaux, 10 liv. 0.18 1/2
5 liv. 0.18 1/2

Clark's Fluid Beef Cordial, bouteilles de 20 onces, 1 doz. par caisse, doz. 10.00

Fèves au lard, sauce tomate, étiquette bleue, caisse de 60 liv., 8 doz. à la caisse, la douzaine \$0.52
do, 43 liv., 4 doz. la douz. 0.70
do, 42 liv., 2 doz., la douz. 1.05
do, boîtes plates, 51 liv., 2 doz., la douz. 1.40
do, grosses boîtes, 68 liv., 2 doz. la douz. 1.60

do, grosses boîtes, 96 liv., 1 doz. la douz. 5.50
do, grosses boîtes, 82 liv., 1/2 doz. la douz. 8.00
Fèves au lard, sauce tomate, étiquette rose, caisse de 66 liv., 8 doz. à la caisse, . . la douz. 0.52
do, 43 liv., 4 doz. à la caisse, la douz. 0.70
do, 42 liv., 2 doz. à la caisse, la douz. 1.05
do, boîtes plates, 51 liv., 2 doz., la douz. 1.35
do, grosses boîtes, 68 liv., 2 doz. la douz. 1.55
do, grosses boîtes, 96 liv., 1 doz. la douz. 5.50
do, grosses boîtes, 82 liv., 1/2 doz. la douz. 8.00
Fèves au lard, Sauce Chili, étiquettes rouge et dorée, caisse de 66 liv., 8 doz. à la caisse, la douz. 0.52
do, 43 liv., 4 doz. . la douz. 0.70
do, boîtes plates, 34 liv., 2 doz. la douz. 1.05
do, grosses boîtes, 42 liv., 2 doz. la douz. 1.05
do, boîtes plates 51 liv., 2 doz., la douz. 1.40
Fèves à la Végétarienne, avec sauce tomate, boîtes de 42 liv., 2 doz. à la caisse, la douz. 1.20
Prix sujets à changements sans avis. Commandes prises par les agents sujets à acceptation. (Produits du Canada).
J. M. DOUGLAS & Co. Montréal.
Bleu à laver "Sapphire". La lb.
Boîtes de 14 lbs., pqts de 1/4 lb.
"Union", boîtes de 14 lbs., pqts de 1/4 et 1 lb. 0.10

WM. H. DUNN,
Montréal.

Edwards Soups
(Potages Granulés, Préparés en Irlande), Variétés: Brun — Aux Tomates — Blanc, ou assorti

Paquets, 5c. Boîtes 3 doz. chaque (assorties) par doz. 0.41
Canistres, 15s. Boîtes 3 doz., grandeur, 4 oz., par doz. 1.41
Canistres, 25c. Boîtes 2 doz., grandeur, 8 oz., par doz. 2.35

BORDEN MILK CO., LIMITED
Montréal.

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

	Prix au Détaillier
Lait condensé (sucré)	
Marque Reindeer (4 doz. par cse)	6.00
Marque Mayflower (4 doz. par cse)	5.60
Marque Clover (4 doz. par cse)	4.87
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, Gallon (1/2 doz. par caisse)	4.75
Café (avec Lait et Sucre)	
Marque Reindeer (2 doz. par cse large)	4.80
Marque Reindeer (4 doz. par cse petite)	5.80
Cacao (avec Lait et Sucre)	
Marque Reindeer, (2 doz. par cse. large)	4.80
Limite de fret: 50c par cwt.	
Conditions: Net 30 jours, sans es-	



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

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

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

CHURCH & DWIGHT

Manufacturiers LIMITED

MONTREAL

**Fèves Cuites au Four
de Heinz**

Spaghetti de Heinz

Hachis de Heinz

Trois bons aliments préparés pour les temps froids que vous aurez profit à mettre bien en évidence dans votre magasin.

Nous en faisons l'objet d'une grande publicité auprès de nos annonceurs, actuellement.

Demandez à nos vendeurs des aides spéciales pour le commerce et des annonces pour les vitrines de ces variétés et obtenez votre part des affaires.

H. J. HEINZ COMPANY

**57 Variétés de
Produits Alimentaires Purs**

Le Profit

est pour tout marchand le facteur le plus intéressant lorsqu'il considère une ligne quelconque de marchandises.

Easifirst Shortening de Gunns

non seulement vous procure une bonne marge de profit, mais encore remplace toute autre espèce de friture pour tous les besoins de cuisson—pour frire, cuire au four ou faire de la pâtisserie.

Easifirst est meilleur et moins cher que le saindoux ou le beurre.

Easifirst produit une meilleure nourriture.

Offrez-le en boîtes de 1 lb.—3 lbs.—5 lbs.—10 lbs. et 20 lbs., également en barils de 50—60 lbs.

Ecrivez aujourd'hui pour prix et conditions.

Gunn Langlois & Co., Limited
Montréal, Qué.

Succursales dans toutes les principales villes

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

o-o-o-o-o

Matthews-Blackwell
LIMITED.

RUE MILL

MONTREAL

GRAND TRUNK RAILWAY SYSTEM

QUATRE TRAINS EXPRESS PAR JOUR

LA VOIE DOUBLE

MONTREAL ET TORONTO

Aménagement supérieur. Wagon à compartiments "Club" au train de 11 h. du soir.

L'INTERNATIONAL LIMITED

Le train le plus beau et le plus rapide du Canada Montréal-Toronto-Chicago, à 10.15 du matin, tous les jours.

MONTREAL-OTTAWA

8 h. matin, 8 h. 05 soir, tous les jours.
9 h. 01 matin, 4 h. soir, excepté dimanche.

MONTREAL-QUEBEC

SHERBROOKE-LENNOXVILLE

8 h. 01 matin, 8 h. 15 soir, tous les jours.
et 4 h. 16 soir, excepté le dimanche.

MONTREAL-PORTLAND

8 h. 01 matin, 8 h. 15 soir, tous les jours.

EXCURSIONS DE COLONS

Billets aller et retour pour l'Ouest du Canada, via Chicago, chaque mardi, jusqu'au 28 octobre. Bons pour deux mois.

BUREAUX DES BILLETS EN VILLE:

122 rue St-Jacques, Angle St-François-Xavier. Tél. Uptown 1187, Hôtel Windsor ou gar. Bonaventure, Main 8229.



Ecoutez!

Les mêmes conditions pour tous les détaillants.

Il n'y a pas de "réductions de prix", pas d'escomptes spéciaux, pas de rabais secret pour les marchands de Sel "Windsor" ou "Regal".

Chaque épicier détaillier paye à son fournisseur ce que payent tous les autres — et ceux-ci n'achètent qu'aux marchands en gros.

Le prix et la qualité sont garantis et maintenus.

C'est la stricte conservation de la qualité qui a fait naître l'énorme demande des Sels de Table "Windsor" et "Regal". Presque tout le monde au Canada se sert de ces sels. Pour l'amour de quelque "réduction de prix" (qui peut n'être pas aussi importante que l'escompte fait à un concurrent) un épicier doit faire face à la préférence universelle pour le "Windsor" et le "Regal".

Pouvez-vous vous permettre cela?—pouvez-vous essayer de vous le permettre? — Est-ce que cela en vaut la peine? — N'est-il pas plus facile et plus profitable de tenir des marques modèles, de confiance et à prix unique comme les

Sels "Windsor" & "Regal"
The Canadian Salt Co., Limited, Windsor, Ont.



compte.

Lait et Crèmes

Condensés.

- St. Charles "Family" 3.90
- St. Charles "Hotel" 4.25
- Lait "Silver Cow" 5.75
- "Purity" 5.60

Lait condensé.

La case

- Marque Eagle, 4 doz., chaque . 6.25
- Marque Gold Seal doz., chaque . 5.60
- Marque Challenge 4 doz., chaque 4.85
- Lait évaporé.



- Marque Peerless "Hotel", 2 doz., chaque 4.25
- Marque Peerless "Boîte Haute", 4 doz., chaque 4.50
- Marque Peerless "Pour Famille", 4 doz., chaque 3.90
- Marque Peerless, "Petite Boîte", 4 doz. chaque 2.00

THE CANADA STARCH CO., LTD.
Manufacturiers des Marques Edwardsburg.

- Empois de buanderie. La lb.
- Canada Laundry Starch (caisse de 40 lbs.) 0.06%
- Canada White Gloss (caisse de 40 lbs.) paquets de 1 lb. 0.06%
- Empois No. 1, Blanc ou Bleu (caisses de 48 lbs.), boîtes en carton de 3 lbs. 0.07%
- Kegs No. 1 d'Empois Blanc No. 1 (caisse de 100 lbs.) . . 0.06%
- Baris No. 1 (200 lbs.) 0.06%
- Edwardsburg Silver Gloss, paquets chromo de 1 lb. (30 lbs.) 0.07%

- Empois Silver Gloss (48 lbs.) en canistres de 6 lbs. 0.08%
- Empois Silver Gloss en boîtes à coulisse de 6 lbs. 0.08%
- Kegs Silver Gloss, gros cristaux (100 lbs.) 0.07%
- Benson's Satin (28 lbs.) boîtes en carton de 1 lb., étiquette chromo 0.07%
- Benson's Enamel (eau froide) (40 lbs.) la caisse 3.00
- Benson's Enamel (eau froide) la caisse (20 lbs.) 1.50
- Caso Pota Flour, (20 liv.) Celluloid. 0.10
- Boîte contenant 45 boîtes en carton, par caisse 3.60
- Empois de cuisine
- W. T. Benson's & Co.'s Celebrated Prepared Corn (40 lbs.) 0.07%
- Canada Pure Corn Starch (40 lbs.) 0.06%
- (Boîte de 20 lbs., 1/4 c en plus).
- Crown Brand. Corn Syrup.

Par caisse

- Boîtes de 2 lbs., 2 doz. en caisse \$2.65
- Boîtes de 5 lbs., 1 doz. en caisse 3.00
- Boîtes de 10 lbs., 1/2 doz. en caisse 2.90
- Boîtes de 20 lbs., 1/4 doz. en caisse 2.85

Lily White. Corn Syrup.

Par caisse

- Boîtes de 2 lbs., 2 doz. par caisse \$3.00
- Boîtes de 5 lbs., 1 doz. par caisse 3.35
- Boîtes de 10 lbs., 1/2 doz. par caisse 3.25
- Boîtes de 20 lbs., 1/4 doz. par caisse 3.20

DOMINION CANNERS LIMITED

Liste de prix No. 54

Ces prix sont ceux du dé Ontario tail, ceux qui achèteront de & Québec bonne heure, bénéficieront Par doz. de 2 1/2 c. par douzaine. Groupe

	A	B
Pointes d'asperges 2s	2.30	2.32 1/2
Bouts d'asperges 2s	1.45	1.47 1/2
Fèves Crystal Wax 2s	1.02 1/2	1.05
Fèves Golden Wax, Mid-		
get Auto 2s		1.25
Fèves Golden Wax 2s	0.92 1/2	0.95
Fèves Golden Wax 3s	1.30	1.32 1/2
Fèves Golden Wax, gals. 3.75		3.77 1/2
Fèves Lima 2s	1.20	1.22 1/2
Fèves Red Kidney 2s	0.97 1/2	1.00
Fèves Rouges ou Valen-		
tine (verset) 2s	0.92 1/2	0.95
Fèves Refugee (vertes) 3s	1.30	1.32 1/2
Fèves Refugee Midget,		
Auto 2s	0.00	1.25
Fèves Refugee, gals	3.75	3.77 1/2
Betteraves, en tranches,		
rouge sang, Simcoe 2s	0.97 1/2	1.00
Betteraves entières, rouge		
sang, Simcoe 2s	0.97 1/2	1.00
Betteraves entières, rouge		
sang, Rosebud 2s	0.00	1.30
Betteraves en tranches,		
rouge sang, Simcoe 3s	1.32 1/2	1.35
Betteraves entières, rou-		
ge sang, Simcoe 3s	1.37 1/2	1.40
Betteraves entières, rou-		
ge sang, Rosebud 3s	0.00	1.40
Pois extra fins, triés, qua-		
lité 1 2s	1.37 1/2	1.40
Pois Sweet Wrinkle, qua-		
lité 2, 2s	0.97 1/2	1.00
Pois Early June, qualité		
3s. 2s	0.95	0.97 1/2
Pois Standard, qualité 4		
2s	0.92 1/2	0.95
Pois Sweet Wrinkle, qua-		
lité 2 gals	4.30	4.32 1/2
Pois Early June, qualité		
3, gals.	4.15	4.17 1/2
Pois Standard, qualité 4,		
gals.	4.05	4.07 1/2

AVIS AU COMMERCE

ECRIVEZ A

CHARLES GURD & COMPANY, LIMITED

76 RUE BLEURY, MONTREAL, QUEBEC



Pour tarif des prix des:

GINGER ALE DE "GURD"

EAU CALEDONIA DE "GURD"

DRY GINGER ALE DE "GURD"

NECTAR DE POMMES DE "GURD"

Et autres boissons de haute qualité de "GURD."

SANS CES BOISSONS, VOTRE STOCK SERA IMCOMPLET

Epinards, table, 2s . . . 1.12½ 1.15
 Epinards, table, 3s . . . 1.47½ 1.50
 Epinards, table, gals. . . 4.52½ 4.55

GUNN, LANGLOIS & CIE, Limitée.



Montréal

Prix du Saindoux
 Composé Marque
EASIFIRST
 Tinettes 60
 Tierces0.11½
 lbs.0.11½

Seaux en bois 2.25
 Chaudières, 20 lbs. 2.25
 Caisse, 5 lbs., lb. 0.12½
 Caisess, 3 lbs., lb. 0.12½
 Caisess, 10 lbs., lb. 0.11½
 Pains moulés d'une livre 0.13

HENRI JONAS & CIE

Montréal.

Pâtes Alimentaires "Bertrand"

	La lb.
Macaroni "Bertrand"	12½c
Vermicelle "	12½c
Sagheti "	12½c
Alphabets "	12½c
Nouilles "	12½c
Coquilles "	12½c
Petites Pâtes "	etc. 12½c
Extraits Culinaires "Jonas" La doz.	
1 oz. Plates Triple Concentré	\$0.88

1 oz. " " " "	1.67
1 oz. Carrées " " "	2.00
4 oz. " " " "	3.50
8 oz. " " " "	6.59
16 oz. " " " "	12.67
2 oz. Rondes Quintessences	2.09
2½ oz. " " " "	2.34
5 oz. " " " "	4.00
8 oz. " " " "	7.00
8 oz. Carrées Quintessences	7.00
4 oz. Carrées Quintessences, bouchons émeri	4.00
8 oz. Carrées Quintessences, bouchons émeri	7.92
2 oz. Anchor Concentré	1.05
4 oz. " " " "	1.88
8 oz. " " " "	3.17
16 oz. " " " "	6.34
2 oz. Golden Star "Double Force"	0.84
4 oz. " " " "	1.50
8 oz. " " " "	2.84
16 oz. " " " "	5.00
2 oz. Plates Soluble	0.84
4 oz. " " " "	1.50
8 oz. " " " "	2.84
15 oz. " " " "	5.00
1 oz. London	0.55
2 oz. " " " "	0.84

Extraits à la livre de \$1.10 à 4.00
 Extraits au gallon de \$7.00 à 25.00
 Mêmes prix pour extraits de tous fruits

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

Moutarde Française "Jonas" La gr.
 Pony 2 doz. à la caisse 8.40
 Small 2 " " " " 7.80
 Medium 2 " " " " 10.80
 Large 2 " " " " 12.00
 Tumblers 2 " " " " 10.80
 Mugs 2 " " " " 13.20
 Nugget 2 " " " " 13.20
 Athenian 2 " " " " 13.20
 Gold Band Tu 2 " " " " 13.80
 No. 64 Jars 1 " " " " 18.00
 No. 65 " 1 " " " " 21.00
 No. 66 " 1 " " " " 24.00
 No. 67 " 2 " " " " 13.20
 No. 68 " 1 " " " " 15.00
 No. 69 " 1 " " " " 24.00
 Molasses Jugs 1 " " " " 21.00
 Jarres ¼ gal. 1 " " " " 36.00
 Jarres ½ gal. ½ " " " " 54.00

Tél. Bell Main 4705
 8526

Epicerie en Gros

Spécialité

Papier et Sacs en Papier

Notre ligne de conduite est de servir nos clients honnêtement au meilleur de leurs intérêts . . .

COUVRETTE - SAURIOL, Limitée,
 236-238 Rue St-Paul

BELL TEL., MAIN 8219

The Montreal Hay Co. Ltd

L. P. FORTIN, Président.

Chambre 409,

Edifice "Lake of the Woods"

10 Rue St-Jean

Nous achetons et revendons du foin et autres produits de la ferme.

Le prix n'est pas le moindre des avantages pour le détaillant qui vend **LES ALLUMETTES D'EDDY.**

Demandez à notre succursale, au No 70 rue St-Pierre, des détails sur notre offre de "Boîte Gratuite".

Et en outre des bénéfices qu'elles font gagner, les **ALLUMETTES D'EDDY**, se vendent rapidement, attendu qu'elles sont depuis 60 ans ou plus, les amies bien annoncées du public.

THE E. B. EDDY COMPANY, LIMITED
HULL, CANADA

E. W. GILLETT COMPANY LIMITED
Toronto, Ont.



AVIS.—1. Les prix cotés dans cette liste sont pour marchandises aux points de distribution de gros dans Ontario et Québec, excepté là où des listes spéciales de prix élevés sont en vigueur, et ils sont sujets à varier sans avis.

Levain en Tablettes "Royal"
Caisse 36 paquets à 5c. . . la caisse \$1.20

Poudre à Pâte "Magic"

Ne contient pas d'alun

La doz.	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 1 lb.	2.25
2 doz. de 1 lb.	2.30
1 doz. de 2 1/2 lbs.	5.30
1/2 doz. de 5 lbs.	9.60
2 doz. de 6 oz. } à la	cse
1 doz. de 12 oz. }	
1 doz. de 16 oz. }	



Vendue en canistre seulement.

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



LESSIVE PARFUMÉE DE GILLETT

La cse
4 doz. à la caisse \$3.55
3 caisses 3.45
5 caisses ou plus 3.40



Soda "Magic"
la Cse
No. 1 caisse 60 pqts. de 1 lb. 2.85
5 caisses 2.75
No. 5, caisse de
100 pqts. de 10 oz. 2.90
5 caisses 2.80
Bicarbonate de Soude supérieur de "Gillett"
Caque de 100 lbs. par caque \$2.75
Barils de 400 lbs. par baril 7.00



Crème de Tartre "Gillett"
1/4 lb. pqts. papier La Doz. (4 doz. à la caisse) \$1.85
1/2 lb. pqts papier (4 doz. à la caisse) 3.70
1/2 lb. Caisses avec couvert vissé (4 doz. à la caisse) 4.05
Par Caisse

2 doz. pqts 1/2 lb. } (Assortis) \$15.00
4 doz. pqts 1/4 b. }
5 lb. canistres carrées (1/2 doz. La lb. dans la caisse 68c
10 lbs. caisses en bois 63c
25 lb. seaux en bois 63c
100lbs. en barillets (1 baril ou plus) 60c

MATTHEWS-BLACKWELL, LIMITED
Montréal, Canada



Lard en baril
Lard pesant, Marque Frontenac Short Cut, brl. 35/45 28.00
Lard pesant, Marque Frontenac, Short Cut, 1/2 brl. . . 14.50
Lard pesant, Marque Champlain, Short Cut, brl. 45/55 manque.

Lard pesant, Marque Champlain Short Cut, 1/2 brl. Manque
Lard pesant, Marque Nelson, désossé, tout gras, brl. 40/50 . . 32.0
Lard clair, Marque Nelson, pesant, 1/2 brl. 00.00
Marque Dorchester 00.00
Marque Dorchester, 1/2 brl. 00.00
Marque Brown Brand, brl. 20/30 (clair) 26.50

Saindoux Composé

Tierces, 375 lbs. 0.10 1/2
Boîtes 50 lbs. net (doubleur par-chemin) 0.11
Tinettes, 50 lbs. net (Tinette imitée) 0.11
Seaux en fer, 50 lbs. 0.10 1/2
Seaux en bois, 20 lbs., net 2.25 0.11 1/2
Seaux en fer-blanc, 20 lbs., brut 2.15 0.10 1/2
Caisses 10 lbs. tins, 60 lbs. en caisse, bleu 0.11 1/2
Caisses 5 lbs. tins, 60 lbs. en caisses bleu 0.11 1/2
Caisses 3 lbs. tins, 60 lbs., en caisses 0.11 1/2
Briques de saindoux, cartons de 1 liv., 50 liv., en caisse . . . 0.12 1/2

Le Diamant Jaune

St. Lawrence
Sugar

Est le plus joli sucre jaune fait au Canada

Approvisionnez-vous

Que vos tablettes soient bien remplies, pour l'hiver prochain, d'O-Cedar Polish. Notre grande campagne de publicité en faveur d'



(FAIT EN CANADA)

atteint tous les coins du Canada; vos clients lisent nos annonces et demandent O-Cedar. Ne manquez pas des ventes pour avoir laissé votre stock s'épuiser.

Toute personne a besoin d'une bouteille d'O-Cedar dans sa maison afin de tenir celle-ci propre, brillante et fraîche. O-Cedar nettoie et polit la boiserie, les meubles, les pianos, les automobiles, etc., comme rien d'autre ne peut le faire, avec très peu de travail pour la ménagère et à peu de frais.

Donnez vos commandes à votre marchand en gros

CHANNELL CHEMICAL CO., Ltd.
369 Sorauren Ave., - - TORONTO

LE PACIFIQUE CANADIEN

LA CHASSE DANS LES LAURENTIDES

ET LA GATINEAU

bat maintenant son plein.

Demandez un exemplaire des Lois sur la Chasse au Gibier.

A QUEBEC

EN CINQ HEURES

Départ, place Viger, 1.30 p.m. quotidiennement
Arrivée à Québec, 6.30 p.m.

Wagon Buffet-Salon-Observatoire
aussi, 9.00 a.m. et 11.30 p.m.

Wagons-Salon et Wagons-Lits Modèles

BUREAUX DES BILLETS: 141-143 St-Jacques,
Tél. Bell Main 8125
Hotel Windsor, Gares Place Viger et de la Rue Windsor.

Saindoux garanti pur

Tierces, 375 liv.	0.14
Boîtes, 50 lbs., net (doubleure par-chemin)	0.14 1/2
Tinnettes, 50 lbs., net (tinette imitée)	0.14 1/2
Seaux de bois, 20 lbs., net 2.90	0.14 1/2
Seaux en fer-blanc, 20 lbs., brut	2.80 0.14
Caisnes, 10 lbs., tins, 60 lbs., en caisses	0.14 1/2
Caisnes, 5 lbs., tins, 60 lbs., en caisses	0.15
Caisnes, 3 lbs., tins, 60 lbs., en caisse	0.15
Saindoux en carré d'une livre, 60 lbs., en caisse	0.15 1/2

JOHN P. MOTT & CO.



Elite, per doz 0.90
La lb.
Prep'd Cocoa 0.29
B'fast Coco 0.36
No 1 Choc'te 0.30

Diamond Chocolate	0.24
Navy Chocolate	0.29
Cocoa Nibbs	0.25
Cocoa Shells	0.05
Confectionery Chocolate	0.18 à 0.20
Plain Chocolate Liquors	0.18 à 0.25
Vanilla Stick	la gr. 1.00

SAVON

The GENUINE, empaqueté 100 morceaux par caisse.



AGENCES



AGENCES
LAPORTE, MARTIN, LIMITEE

Légumes importés
"LE SOLEIL"

Asperges

En Branches Géantes, bocal,	11.00
En Branches Géantes, 1 kilo, 50 s	26.00
En Branches Grosses, 1/2 kilo, 100s	25.00
Coupées sur Extra, 1 kilo, 50s	22.00
Fines, 1 kilo, 50s.	21.00
Fines, 1/2 kilo, 100s.	22.00

Flageolets

Extra Fins, 1/2 kilo, 100s.	14.50
Moyens, 1/2 kilo, 100s.	12.00

Divers

Côtes de Céleri, 1/2 kilo 100 s.	9.00
Côtes de Céleri, 1 kilo, 50 s.	8.50
Fonds d'Artichauts, 1/2 kilo, 100 s.	22.00

Soupes

Oseille, 1/2 kilo, 100 s.	10.00
Crème de Céleri, 1/2 kilo, 100 s.	7.50

Savons de Castille

Le Soleil 72% d'huile d'Olive	Caisse
Caisse de 200 morc. de 3 1/2 oz.	5.50
Caisse de 1000 morc. de 1 1/2 oz.	12.00

Eau de Vichy

Admirable	50 Btles	5.50 c/s
Neptune	50 "	7.00 "
Sans Rivale	50 "	8.00 "

Limonade de Vichy

La Savoureuse	50 Btles	8.00 c/s
-------------------------	----------	----------

Eau Minérale Naturelle

Evian-Source Cachat.	50 Btles	9.00 c/s
----------------------	----------	----------

Ginger Ale et Soda Importés

Ginger Ale Trayder's—	
c/s 6 doz. chop. 1.15 doz. (liège ou couronne)	
c/s 6 doz., 1/4 btl.	0.95 doz.
Club Soda Trayder's—	
c/s doz. Splits, 1/4 bites.	0.95 doz.
c/s 6 doz., chop.	1.05 doz.
Kola Tonique Trayder's—	
c/s 6 doz., chop.	1.05 doz.
c/s 6 doz., 1/4 btl.	0.95 doz.

Extrait de Malt

Miller de Milwaukee, cs 2 doz.	4.25 c-s
Miller de Milwaukee, Brl. 8 doz.	
.....	16.20 Brl

Lager Beer

Millar's High Life, Baril 10 doz.	
.....	15.00 Brl

Porter Anglais de Guinness

Johnson & Co. c/s 4 doz Btles..	2.90
Johnson & Co. 8 doz. 1/2 Btles...	1.80
Johnson & Co. c/s 10 doz. 1/2 Btles	1.15

Bière Anglaise de Bass .. doz

Johnson & Co. c/s 4 doz. Btles..	3.00
Johnson & Co. c/s 8 doz. 1/2 Btles	1.85
Johnson & Co. c/s 10 doz. 1/2 Btles	1.15

Fruits et Légumes en Conserves

Marque "Victoria"

Poires24 tins 2 lbs..	1.55 doz.
Fraises24 tins 2 lbs..	2.00 "
Pommes24 tins 3 lbs..	1.05 "
Tomates24 tins 3 lbs..	1.05 "
Blé-d'Inde24 tins 2 lbs..	0.90 "
Pois Std.24 tins 2 lbs..	0.90 "

Poisson Marque "Victoria"

Saumon 48 Btes 1 lb. haute	2.30 doz.
Sardines c/s 100 1/4 Btes	8.50 c-s

Thé du Japon

Marque Victoria, c/s 90 lbs....	30 lb
---------------------------------	-------

Thés Noirs

Marque Victoria, tins de 30 & 50 lbs.	38
Marque Princess, tins de 20 & lbs	35



Savez-vous **POURQUOI** nous recommandons Le Système Star **COMPLET?**

4 douzaines de TRANSPORTEURS
D'OEUFs STAR, 5 PLATEAUX A
OEUFs STAR M (imprimés,) 1 PA-
QUET DE DIVISIONS.

Pour chaque
Voiture
Employée

“Ecoutez, dit Jean, dans chaque Epicerie il y a, au cours de la journée, des moments de presse et d'autre de calme. Si vous avez une provision convenable de Transporteurs d'oeufs, le Système Star complet pour chaque voiture, vos commis peuvent y placer des oeufs quand ils ne sont pas occupés; puis, le matin, quand chaque minute compte, se servir des Transporteurs remplis. Ceci économise un temps précieux, supprime les erreurs, les délais et la casse, et améliore votre service.

“Vous pouvez recevoir deux, cinq ou une douzaine de commandes d'oeufs pressées à une heure avancée de la matinée. Si les Transporteurs sont tous employés dans la voiture il vous faut attendre jusqu'à ce que celle-ci revienne ou prendre le temps de placer les oeufs dans un sac ou un paquet en papier, ainsi que risquer de perdre toute la douzaine par la casse. Ceci n'arrive jamais quand vous avez le Système Star complet.”

Il y a nombre d'autres bonnes raisons, exposées dans notre circulaire S-178, disant pourquoi vous devriez avoir le Système Star complet. Demandez-en un exemplaire par écrit.

STAR EGG CARRIER AND TRAY MFG. CO.
999 rue Jay, Rochester, New-York.



—“Une bouteille d'olives, une boîte de biscuits ET UNE DOUZAINÉ D'OEUFs.” Commode!
N'est-ce pas?

LA CONSTRUCTION

PERMIS DE CONSTRUCTION

Semaine du 23-30 octobre

980 rue Craig Est, quartier Sainte-Marie; 1 manufacture, 1 maison, 2 étages, 2e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, Canadian Consolidated Rubber, 980 Craig Est.

2104 rue Chabot, quartier Rosemont; 1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$700. Propriétaire, Fred. Smith, 2104C Chabot.

Rue des Erables, quartier Delorimier; 1 manufacture, 1 maison, 1 étage, 2e classe; coût prob. \$700. Propriétaire, René Faille, 1693 Des Erables.

Boulevard Décarie, quartier Côte-des-Neiges; 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, J. E. Bélanger, 1225 Chemin Côte-des-Neiges.

Rue de Razilly, quartier Emard; 3 réfrigérateurs, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$2,500. Propriétaire, Ernest Cloutier, 70 Chestnut.

Rue Howard, quartier Notre-Dame-de-Grâces; 2 maisons, 2 logements, 2 étages, 2e classe; coût prob. \$7,000. Propriétaire, Narcisse Péloquin, 30 Howard.

Rue Daniel, quartier Saint-Denis ;

1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$1,100. Propriétaire, Nap. Charron, 794 Mentana.

Rue Gifford, quartier Saint-Denis ; 1 hangar, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$50. Propriétaire, J. A. Plamondon, 703 Gifford.

35 rue Duke, quartier Sainte-Anne; 1 écurie, 2 étages, 2e classe; coût prob. \$2,700. Propriétaire, Cohen and Son, 36 Prince.

56-58 rue Delaroche, quartier Duvernay; 1 hangar, 2 étages, 3e classe ; coût prob. \$150. Propriétaire, F. N. Rivard, 56 De Laroche.

Rue Lanorale, quartier Bordeaux; 2 maisons, 6 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$6,000. Propriétaire, John Pratte, 2699 Park Ave.

2251 rue Saint-Jacques, quartier St-Henri; 1 hangar, 1 étage, 3e classe ; coût prob. \$15. Propriétaire, McDougall, 7 Place Royale.

Rue Buller, quartier Laurier; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe ; coût prob. \$2,500. Propriétaire, H. Frank, 90A Buller.

Boulevard Pie X, quartier Rosemont; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$18,000. Propriétaire, O. Bélanger, 2184 Boulevard Pie X.

Rue Beaulieu, quartier Emard ; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,000. Propriétaire, E. McCray, 8A Rose-de-Lima.

Rue Boyer, quartier Saint-Denis; 1 hangar, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$10. Propriétaire, E. Bernette, 2245 Boyer.

Rue Rachel, quartier Delorimier; 1 magasin, 1 maison, 1 étage, 3e classe ; coût prob. \$2,500 Propriétaire, H. Mercure, 1184 Rachel.

Rue Maplewood, quartier Côte-des-Neiges; 1 maison, 1 logement, 2 étages, 2e classe; coût prob.. \$2,000. Propriétaire, J. Dansereau, 3363 Saint-Hubert.

Rue Metcalfe, quartier Saint-Georges; 1 hangar, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$200. Propriétaire, Robb. Hutchison, 179 Saint-Jacques.

Rue Monkland, quartier Notre-Dame-de-Grâces; 8 maisons, 8 logements, 2 étages, 2e classe; coût prob. \$32,000. Propriétaire, Jean Brunette, 111 Grand Boulevard.

1521 rue Papineau, quartier Delorimier; 1 garage, 1 étage, 3e classe ; coût prob. \$150. Propriétaire, David Brisebois, 360 Berri.

THE DU JAPON

Préparez-vous en prévision d'une plus forte demande de Thé du Japon qui résultera de la campagne nationale de publicité qui va commencer immédiatement dans les grands journaux du pays.

Augmentez immédiatement votre stock de ces thés purs, exquis des Isles du Japon.

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publications des Marchands Détailliers
du Canada, Limitée,

Téléphone Est 1185.

MONTREAL...

Echange reliant tous les services:

Montréal et Banlieue, \$2.50

ABONNEMENT: Canada et Etats-Unis, 2.00) PAR AN.

Union Postale, Frs. - 20.00)

Bureau de Montréal: 80 rue St-Denis.

Circulation amalgamée {
Le Prix Courant,
Le Journal des Marchands-Dé-
tailleurs,
Liqueurs et Tabacs,
Tissus et Nouveautés.

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, 5 Novembre, 1915.

Vol. XLVIII—No 45

L'EDUCATION COMMERCIALE DE NOS JEUNES GENS

Une manufacture est un endroit où les matières premières sont apportées et où avec l'aide de l'homme et des machines, elles sont transformées en articles finis.

Pour qu'une usine rencontre un plein succès, il faut qu'elle soit établie suivant des plans bien compris, qu'elle soit située au bon endroit et qu'elle ait une organisation parfaitement élaborée. L'organisation est la vie de l'usine. Vous pouvez acheter de la matière première, du terrain, des bâtisses, de la machinerie et du matériel, mais vous ne pouvez acheter une organisation bien faite.

En ouvrant une nouvelle usine, le noyau de l'organisation est confectionné par l'engagement d'hommes du métier dans une ligne similaire de travail, mais la masse de l'organisation doit être faite sur les lieux.

L'ensemble de l'organisation doit entrer comme de la matière première, dans la personne de jeunes hommes et de jeunes garçons sans développement, et par méthode d'élimination, de gradation et de classification être développée et fournir les unités qu'exige l'organisation.

Les manufacturiers, les banquiers et les marchands sont rangés sous la même loi, à ce point de vue. Ils ont tous à transformer le matériel brut, les hommes, en un matériel fini, les hommes habiles. La vie de toute organisation ne saurait être de longue durée sans une infusion continuelle de sang nouveau. Beaucoup d'hommes d'affaires tombent le plus souvent parce qu'ils ont voulu garder une organisation sans la développer.

La matière première qu'est l'homme, dans l'usine est transformée en mécaniciens, ingénieurs, comptables, surintendants et vendeurs.

La matière première qu'est l'homme, dans une banque est transformée en courtiers, en experts financiers, en caissiers et en vendeurs.

La matière première qu'est l'homme, dans un magasin est transformée en acheteurs, en magasiniers, en gérants, en comptables et en vendeurs.

Dans toutes les affaires, que ce soit affaires de manufacture, de mine, de ferme ou de commerce, il y a d'une manière ou d'une autre un département de vente. Aucune machine faite de substance inanimée ne peut prendre sa place.

Quelques commerces, tels que le commerce par la poste, sont établis sur la vente par catalogue. Les catalogues dans ces cas, prennent la place des vendeurs, mais le catalogue n'est que l'esprit du vendeur, et constitue les arguments du vendeur transformés en caractères typographiques et il faut un fameux vendeur pour les écrire. N'importe quelle affaire exige un système de vente de quelque espèce qu'il soit, de façon à écouler sa production, et un vendeur, qu'il vende du fer en gueuse, des automobiles, des arbres fruitiers, des pierres lithographiques ou toute autre chose, doit se développer de l'individu primitif qu'il est, au vendeur complet et habile, tout comme un article de fabrication. Il y a cependant cette différence entre la matière première brute et la main-d'oeuvre primitive, c'est que la matière brute ne fait aucun effort pour s'aider dans le progrès et s'affirmer, tandis que la main-d'oeuvre se perfectionne par le travail de ses mains et de sa pensée.

Dans le développement d'un vendeur, alors que celui-ci reçoit des conseils et est guidé par ses supérieurs,

Chaque palette de tabac à chiquer porte un coupon.
Dites-le à vos clients.

TABAC A CHIQUER

STAG

Le tabac à chiquer Stag est continuellement en demande, parceque c'est la meilleure valeur pour le prix.

il a plus à faire de travail par lui-même dans la voie du perfectionnement, que tous ses supérieurs réunis ne peuvent lui en montrer. Il a à se souvenir et à classer les leçons qu'il a reçues, dans sa propre intelligence.

Un homme peut couler du métal en fusion dans un moule et si ce travail est fait convenablement, il peut en sortir un objet moulé parfait. Mais vous pouvez verser de la bonne lecture ou des leçons efficaces dans le moule de l'intelligence de quelqu'un, aussi bien fait que soit fait ce travail, vous n'en obtiendrez rien, si ce quelqu'un ne retient les leçons et s'il ne s'efforce pas d'y apporter toute sa compréhension.

Maintenant, remarquons qu'il y a maintes espèces de vendeurs, tout comme il y a quantité de produits finis.

Un garçon à \$6.00 par semaine qui vend des marchandises dans un coin d'épicerie est un vendeur. L'employé du gouvernement qui passe des contrats de concession conditionnelle de terre est également un vendeur. La différence ne subsiste que dans la matière brute. Certains garçons ne feront jamais de bons vendeurs. Ces mêmes jeunes gens peuvent devenir d'excellents ingénieurs, de précieux acheteurs ou caissiers dans une banque, mais ils ne sont pas nés ou ne possèdent pas les facultés premières pour devenir vendeurs. D'autre part, des jeunes gens qui ont tout ce qu'il faut pour devenir de bons vendeurs ne seront pas en mesure par leur disposition ou leurs facultés mentales de devenir des architectes ou des entrepreneurs.

Signes indicateurs.

Il y a certains signes extérieurs qui indiquent certaines qualifications; mais l'habileté à connaître les exigences qui font un bon vendeur et la perspicacité à reconnaître cette faculté à son état rudimentaire dans une jeune recrue ne sont pas le fait de quiconque. En conséquence, tout ce que l'acheteur de matière brute, autre que l'employeur peut faire, c'est de se rendre compte dans un nouvel employé, de ses habitudes, de son caractère, de sa capacité, de sa santé et de sa force et ensuite d'en profiter pour essayer de développer en lui ces aptitudes et en faire un vendeur. Presque tous les jeunes gens un peu déleurés pensent qu'ils peuvent devenir vendeurs, et presque tous sont prêts à partir des plus bas échelons de façon à apprendre, mais peu veulent subir les multiples épreuves qui peuvent les transformer en vendeurs parfaits.

Voyons notre jeune homme qui croit pouvoir devenir vendeur. Il a la volonté de faire tous les efforts voulus pour s'améliorer. Il a bonne apparence, ses notes à l'école furent bonnes, sa conduite à la maison excellente, le voilà en place, son premier pas est donc fait. L'homme primitif qu'il représente vis-à-vis des méthodes modernes de commerce est prêt à être pris en mains et à passer par tous les départements qui l'affineront graduellement, remodeleront et rebâtiront sa mentalité pour en faire l'homme capable que toute maison désire. C'est là l'oeuvre du gérant ou du patron de l'établissement.

Le jeune homme doit apprendre à penser.

L'homme qui obtient le plus de succès dans le perfectionnement des vendeurs est celui qui par sa propre personnalité est capable d'infuser du stimulant et de l'ambition dans la recrue nouvelle et de lui apprendre à penser, à désirer, à vouloir, à lutter. S'il peut

implanter cette idée dans la tête du jeune homme, il est en bonne voie. Le travail le plus dur pour un patron ou un gérant est de faire penser un jeune homme par lui-même. La plupart des jeunes gens n'ont pas de pensées à eux, ils ont pris celles qu'on leur a données et c'est une rude tâche de les faire penser par eux-mêmes.

Le jeune homme est vivace, plein de sang, il regarde curieusement tout ce qui l'entoure et cela lui paraît nouveau et d'un aspect agréable. Il est plus aisé de rêver que de penser, de rêver de spectacles, d'autos, de jeunes filles. Bien des jeunes gens pensent qu'ils pensent quand ils rêvent. La pensée véritable est un rude labeur. Penser réellement, cela signifie concentrer son esprit à la base de toutes choses. On doit choisir ou rejeter. On doit écarteler les choses qui ne sont pas essentielles et conserver celles qui sont utiles. Quand le jeune homme a réellement appris à penser, on peut dire qu'il est engagé sur le bon chemin.

Deux choses nécessaires.

L'art de la vente est basée sur deux choses essentielles. Nous voulons parler ici de l'art de la vente possédé par des hommes accomplis, non par ceux qui sont d'une demi-formation. Ces deux choses sont la connaissance des marchandises et la connaissance des hommes. Un vendeur doit connaître les marchandises et les hommes. Il faut qu'il sache de quoi les marchandises sont faites et à quels besoins elles répondent. Il doit savoir lire dans la pensée des hommes, comment placer devant eux ses marchandises d'une manière favorable et saisir le moment opportun de terminer sa vente.

Dans beaucoup de magasins, les jeunes gens sont d'abord envoyés aux départements de magasinage ou de livraison. Pourquoi? Parce que, comme nous l'avons dit, leur éducation doit s'appliquer à deux branches: l'étude de la marchandise et l'étude des hommes et ils ne peuvent étudier les hommes au point de vue de la vente, à moins qu'ils n'aient fait une étude des articles qu'ils ont à vendre et qui représentent le point de contact qu'ils ont de commun avec ces hommes.

Les débuts du jeune homme.

Nous supposons que le jeune homme engagé est affecté à la salle de magasinage. Nous supposons également que le contremaître en charge est un bon contremaître qui reconnaît que son premier devoir envers le nouveau venu est de lui apprendre à penser. Nous imaginerons aussi que le jeune commis est de ceux qui sont particulièrement attentifs et qui savent ce que penser veut dire, dont l'ambition est de devenir de bons vendeurs et qui se sont mis dans la tête de réussir. Quel sera son premier pas? Après qu'il aura appris à penser, la première chose pour lui, sera de faire une analyse sérieuse de son propre caractère et de ses qualités personnelles. Il doit faire cela avec un esprit judicieusement critique et non avec l'idée de se ménager. S'il fait cet examen convenablement, il ne sera pas orgueilleux devant la tâche accomplie, il verra au contraire qu'il a encore beaucoup à gagner.

Une fois ceci terminé, notre jeune homme est en pleins débuts. Il a l'ambition de devenir un bon vendeur. Il a appris à penser. Il connaît ses points faibles et cette connaissance lui donne une force vérita-

ble. Son travail, à présent, est d'apprendre tout ce qui regarde la marchandise qu'il a à vendre, autrement dit, d'apprendre la connaissance de la marchandise. Dans sa situation présente, il est entouré des articles qu'il désire vendre, travaillant avec son chef qui sait tout ce qu'il ignore sur cette marchandise. Il sait que son supérieur se fera un plaisir de lui donner les journaux commerciaux, les catalogues, etc., qui lui permettront d'étudier les marchandises en magasin. S'il est comme la plupart des jeunes gens de nos jours, qui ne sont pas ambitieux et ne prennent pas la peine de réfléchir, il se laissera aller et n'acquerra ses connaissances que par une assimilation graduelle. Mais si au contraire notre jeune homme est éveillé aux idées de progrès, il voudra savoir tout ce qui touche les articles qu'il a à vendre, et posera en conséquence maintes et maintes questions. Non pas des questions frivoles, inconséquentes, mais des questions sensées, intelligentes auxquelles le patron se fera un plaisir de répondre, soucieux qu'il est de voir son employé acquérir les connaissances qui en feront un vendeur capable. Et c'est en accomplissant ce travail éducatif qu'il se rendra compte qu'un bon vendeur ne peut obtenir de succès que si les autres unités de l'organisation dont il fait partie font correctement leur tâche.

La coopération dans le travail.

Aucun vendeur ne peut prétendre au succès, si le commis-expéditeur commet continuellement des erreurs dans l'envoi des marchandises, si l'emballageur oublie souvent quelque article et si le débiteur fait des erreurs fréquentes dans les factures.

Notre jeune homme verra donc que toutes les parties de l'organisation ont à faire leur part de travail correctement, sinon c'est la faillite du vendeur. Il apprendra que ce travail en commun doit s'effectuer dans la plus parfaite harmonie pour que de bons résultats soient possibles. ~~Il saisira rapidement que le~~ vendeur ne doit rien ignorer de l'emballage et de l'envoi, aussi bien que des marchandises elles-mêmes, s'il veut maintenir sa clientèle, car ainsi il ne néglige rien de ce qui peut l'aider dans les affaires.

Cependant, aussi intelligent et ambitieux que soit un jeune commis, il ne peut retenir toutes ces choses dans sa mémoire, à moins qu'il n'en écrive journalièrement les points principaux sur un carnet. Il lui faut découper les brochures et journaux ayant des articles intéressants son commerce, et les coller sur son carnet spécial, il doit aussi noter les informations qu'il a reçues de ses supérieurs et de ses compagnons.

Disons tout de suite, qu'un tel travail sans distraction ferait de notre jeune homme un garçon hébété. Nous ne pensons pas qu'un jeune homme se lançant dans la carrière commerciale, doive passer tout son temps à étudier des catalogues.

Avant tout, il devra passer une partie de son temps en récréation, et se distraire sans contrainte. Il y a cependant manière et manière de se distraire.

Il devra juger et préférer les plaisirs utiles. Il serait bon qu'il fasse pour se distraire de bonnes lectures. De même l'audition d'un bon concert ou l'assistance à un spectacle intelligent sont de bonnes récréations qui aident à la formation du jeune homme et lui sont en même temps un délassement précieux.

Les jeunes gens et les livres.

Voyons maintenant ce qui concerne les livres. Les plus grands hommes d'affaires ont dit et répété que tout employé devrait lire un bon livre pendant une heure chaque jour. Pourquoi? Tout jeune homme qui travaille ferme tout le long du jour, ne manque pas de se sentir souvent découragé et il lui est indispensable de puiser quelque inspiration à une source de lecture pour continuer courageusement sa rude besogne. Il peut se procurer un divertissement reposant en se livrant à la lecture de bons livres, en faisant de la musique et en conversant avec des camarades au cours de marches fortifiantes. Pour devenir un homme capable, le jeune homme doit fréquenter des hommes de valeur, et il ne peut mieux le faire qu'en se mettant en rapport avec les meilleurs auteurs par l'intermédiaire des livres. Un garçon qui suit des préceptes d'hygiène pour conserver son corps sain, qui conserve son courage par la lecture fréquente et qui sait prendre des récréations qui sont un bon divertissement sans être une fatigue, ne peut qu'aller de plus en plus dans la voie du progrès.

Dans toute entreprise, commerciale, industrielle ou banquière, le patron, le gérant, ou le contremaître veille continuellement au progrès de ceux qu'il a sous ses ordres, parce que son propre succès en dépend. C'est pourquoi tout jeune homme qui par ses efforts constants s'élève de lui-même est de suite remarqué. Ses efforts sont notés et tout l'encouragement possible lui est donné.

L'avancement vient sûrement à ceux qui suivent le progrès et si un jeune homme fait preuve de cette idée, il aura de l'avancement dès que l'occasion s'en présentera.

Nous avons jusqu'ici suivi notre jeune débutant à travers la filière qui l'a préparé à affronter la difficulté du métier de vendeur. Il a accumulé un fond solide d'informations quant aux marchandises en magasin, il a appris la valeur de la coopération parmi les employés, il a appris à penser, à conserver sa santé et à prendre sagement ses récréations. Qu'il se présente la moindre vacance dans le département de vente, il se trouve qualifié pour y entrer. Le voilà donc transplanté dans le magasin où vont et viennent les clients. Là, des tas de choses lui semblent nouvelles et étranges. Les problèmes qui s'offrent à lui sont nouveaux. Les gens autour de lui parlent et pensent dans des termes bizarres. Il réalise à ce moment qu'il n'est qu'un novice au point de vue de l'art de la vente. Il sait quelque chose sur les marchandises, pas énormément, mais enfin ce qu'il sait il le sait bien. Il connaît les marchandises en tant que marchandises mais il ne sait à peu près rien de leur relation avec le client. De même en ce qui touche aux hommes, ses connaissances sont très limitées. Il a pu observer l'homme de magasin en rapport continu avec lui, mais il ignore l'homme du dehors, l'acheteur, le consommateur. C'est là qu'il fait appel à cette prodigieuse force de la pensée qui lui permet d'analyser les types qui passent devant lui et de se faire un jugement pratique.

Travailler et s'instruire.

Dans quelque magasin que ce soit, notre jeune débutant est placé sous le contrôle direct d'un homme res-

ponsable des ventes. Dans toute entreprise bien ordonnée, il est du devoir de cet homme responsable d'apprendre au jeune vendeur tout ce qui est possible et de l'aider de toutes manières. Celui-ci par contre devra se faire une obligation de travailler dans le sens où il est dirigé et d'apprendre dans toute la mesure de ses moyens.

Au commencement il ne peut espérer mieux faire que de fournir son aide à ceux qui lui enseignent. Néanmoins il comprend qu'il doit s'efforcer de travailler seul. Il s'aperçoit que l'apparence personnelle compte pour beaucoup, que son langage doit être amélioré, et que sa mémoire doit s'exercer à se rappeler non seulement des numéros en stock, mais aussi des prix de chacun d'eux. Il se persuade qu'il ne doit pas seulement étudier la pensée des hommes, telle que rapportée dans les livres, mais qu'il doit aussi l'étudier telle qu'elle se reflète sur leur visage. Il doit s'exercer à lire dans les yeux pour devancer la parole, saisir les désirs et deviner les besoins.

A mesure que notre jeune homme se perfectionne, il apprend quelle influence prépondérante l'annonce possède sur les articles du marché. Il commence à lire la publicité et à l'étudier et il cherche à faire la connaissance du publiciste. Il admire cet homme, qui est payé non pas pour écrire beaucoup de mots, mais au contraire pour exprimer dans le moins de mots possible, une pensée. Il remarque que l'homme qui écrit les annonces a fait une étude sérieuse des marchandises qu'il a à vendre, qu'il a une étonnante connaissance des prix de manufacture, des styles et des modèles. Il voit aussi que cet homme fait une étude sensée des relations qui existent entre les marchandises et le consommateur.

Il estime que le bon publiciste est un bon professeur. Celui-ci en effet, lui apprend qu'il doit non seulement connaître sa ligne mais aussi celle de son concurrent, il lui enseigne à être économe dans l'usage des mots, à n'en pas dire trop de manière à laisser quelque champ libre dans l'imagination de l'acheteur. Il lui montre qu'il faut parler, non pour une classe particulière, mais pour tout le public en général, pour les grandes personnes comme pour les enfants.

Le contact avec le client.

Le vendeur a un grand avantage sur l'annonceur. en ce sens qu'il vient en contact direct avec le client, qu'il a sa voix chaude et persuasive avec laquelle il peut vanter ses marchandises, alors que le publiciste n'a pour se défendre que le froid caractère typographique.

D'autre part, le vendeur peut modifier son raisonnement, le restreindre ou l'amplifier suivant qu'il perçoit les caractéristiques de l'esprit du client. Le faiseur d'annonces, lui, n'a qu'à présenter les points qu'il veut faire ressortir aux yeux du public et en attendre le résultat. Ce dernier est donc obligé d'apporter un plus grand soin dans le plaidoyer de sa cause, car il ne peut se rétracter, ni se reprendre.

Si le vendeur se rend compte de prime abord de ce fait, il ne lui saute pas toujours immédiatement aux yeux que le publiciste crée le désir pour les marchandises qui sont à vendre en magasin.

L'enseignement du publiciste au vendeur fait ressortir l'importance de cette action indirecte

le jeune homme à s'imprégner de cette idée et à en faire usage. Notre vendeur arrive petit à petit à mettre ces préceptes en pratique dans son travail journalier, il note ce qu'il voit, il inscrit parfois des réflexions enfantines, mais ces impressions premières, aussi puériles qu'elles puissent paraître ne sont pas dénuées de perspicacité et font souvent surgir d'excellentes idées. C'est ainsi que chaque jour, le jeune homme se perfectionne et devient véritablement quelqu'un dans le métier difficile de vendeur.

Se faire une réputation.

Il vient un temps où celui qui travaille ainsi avec acharnement et intelligence passe de l'avis de tous, pour un bon vendeur. Les clients qui entrent dans le magasin pour acheter, le trouvent courtois, avenant et anxieux de plaire. Ils l'estiment et ils ont plaisir à être servi par lui. Il se fait aussi une réputation d'homme versé dans les affaires du jour. Ses lectures quotidiennes, ses relations avec les hommes d'affaires lui donnent de l'importance. Il a une plus large vue des choses. Son jugement devient meilleur et s'affermi toujours plus.

Quand un client entre dans un magasin, son esprit est disposé à acheter, il est en humeur de faire des emplettes et s'il peut trouver ce qu'il désire et que les prix soient raisonnables, on peut être sûr qu'il achètera à condition qu'il soit abordé par le bon vendeur d'une façon correcte et courtoise.

Il y a une grosse différence entre le vendeur au magasin et le vendeur à l'extérieur. Quand celui-ci sort pour offrir sa marchandise, qu'il soit agent d'assurance ou colporteur, ou voyageur d'une maison de nouveautés en gros, avec de lourdes malles d'échantillons, il se trouve dans des conditions totalement différentes du vendeur au comptoir. Lorsqu'un client vient au magasin, c'est qu'il a l'intention d'acheter. Quand le voyageur se présente à son magasin ou à son bureau, il n'est pas toujours dans cette même disposition. Il est regardé avec défiance et suspicion et il lui faut d'abord orienter la volonté de son interlocuteur vers le désir d'achat, ce qui est une tâche passablement difficile. Le travail de vendre des marchandises au dehors est beaucoup plus ardu, nécessite beaucoup plus de courage que celui de la vente au magasin. Il faut des qualités exceptionnelles pour faire un bon voyageur. Cela nécessite un classe d'hommes plus patients, plus persistants et d'un meilleur jugement.

Aucun homme n'est qualifié pour être un vendeur de premier ordre, à moins qu'il n'ait quelque expérience de la sollicitation à l'extérieur. C'est une pratique qui achève l'oeuvre d'éducation du vendeur et lui donne le fini de la perfection. Elle lui procure l'expérience indispensable pour réussir dans cette voie, elle sert d'application à toutes les choses déjà apprises, et ajoute journallement aux connaissances du pratiquant. C'est par ce moyen qu'on peut se rapprocher le plus possible de l'idéal que l'imagination se fait du vendeur véritablement capable et recherché par les plus grosses maisons pour des positions brillantes et rémunératrices.



L'EXPORTATION

Pour réussir dans les affaires d'exportation, il faut, en premier lieu, entreprendre les affaires avec le pros bien établi de réussir et avec la persuasion qu'on a à faire avec une clientèle qui mérite toute notre attention, tous nos soins.

Si on se lance avec l'idée préconçue — nous avons pu le constater dans trop de cas — que la clientèle est mauvaise, qu'il faut se préparer inmanquablement à de sérieux déboires, il vaut mieux ne pas entreprendre l'exportation; car les affaires commencées sans l'entrain voulu sombrent au premier écueil qu'on aurait pu éviter avec un peu plus d'enthousiasme, d'énergie et de circonspection.

N'oublions pas, en effet, que très souvent quand les affaires sont entreprises sans foi dans le succès et avec trop de crainte, on ne se donne pas la peine de les préparer avec les soins nécessaires et que ce manque de préparation est le plus grand ennemi du succès.

Les affaires faites au petit bonheur peuvent réussir, mais, en général, nous devons les déconseiller, car dans la plupart des cas, elles réservent des surprises que tout commerçant avisé doit éviter, aussi bien pour le résultat financier qu'elles peuvent causer que pour la réputation de la maison même.

D'une façon spéciale, pour l'exportation, il faut donc que l'intéressé s'organise à tous les points de vue, comme s'il devait envahir un pays ennemi. Il devra s'assurer en premier lieu les fonds nécessaires, s'outiller de façon à pouvoir produire et modifier éventuellement les articles qu'il a l'intention de lancer, se procurer un bon agent général qu'il devra considérer comme son principal collaborateur et le traiter en conséquence, sans jamais devenir jaloux des bénéfices qu'il peut réaliser, car si le représentant gagne, l'exportateur s'enrichit, contrôler exactement tous les clients dont il faudra faire la connaissance personnelle pour se rendre compte de leurs besoins, de leurs désirs, enfin, exécuter les ordres avec la plus grande précision.

Tout cela paraît bien simple et cependant que de difficultés en pratique.

La question financière est essentielle en matière d'exportation, mais elle n'aura, au Canada, sa véritable solution que quand les banques s'intéresseront davantage au commerce extérieur comme l'ont fait les banques allemandes.

Et leur rôle ne doit pas se borner à fournir les capitaux nécessaires, à escompter le papier étranger, à faire les opérations de banque proprement dites, mais à précéder l'exportateur à l'étranger et à rester étroitement liées avec lui.

La banque moderne est le meilleur "observatoire" et partant, le meilleur guide, le guide le plus sûr du commerce d'exportation, car c'est dans les banques que les négociants déposent leurs capitaux, escomptent leur papier, font connaître leur mouvement d'affaires, leur solvabilité et la solvabilité de leurs clients, c'est aux banques que s'adressent toutes les nouvelles initiatives qui ont besoin de fonds, c'est-à-dire à peu près toutes les nouvelles affaires et toutes les affaires d'une certaine importance.

A ce point de vue, le commerce allemand a été merveilleusement secondé et, ce qu'il ne faut pas perdre de vue, moins peut-être par l'importance du capital-argent employé à l'étranger que par le capital-homme que les Allemands ont su placer dans certaines banques à l'apparence "nationales".

Quant à l'outillage, nous n'avons pas besoin d'insister sur les exigences spéciales de l'exportation.

On a dit et répété assez souvent que le fabricant doit tenir compte des goûts des clients, même quand ils ne sont pas bons. La question a été si souvent traitée que nous croyons inutile d'insister, quoique ce point ait une importance incontestable.

Dans beaucoup de cas, le fabricant serait bien disposé à faire quelques changements pour satisfaire son client, mais, comme ces changements exigent toujours certains frais plus ou moins considérables, suivant l'article, il hésite à risquer ces frais et renonce souvent à l'affaire s'il ne peut pas se couvrir du premier coup. Il prévoit bien que le gain sur les affaires successives le récompenserait du risque couru, mais il n'aime pas risquer. Il ne veut pas semer pour recueillir, craignant que la semence qu'il confie à la terre se gâte ou se perde pour une cause ou une autre. C'est la prévoyance poussée à l'excès. Il s'agit de trouver ici encore le juste milieu, c'est-à-dire que, sans suivre tous les caprices de la clientèle, désormais mal habituée par certains fournisseurs, il faut faire un choix judicieux et la contenter où la chose est possible.

Mais dans l'outillage pour l'exportation, nous ne comprenons pas seulement la fabrication, mais encore les moyens de livraison des commandes.

En effet, la fabrication d'un produit ne représente qu'une partie du contrat; pour que ce dernier soit parfait, il faut que la marchandise soit expédiée et transportée le plus économiquement et dans les meilleures conditions possibles. Il faut que l'exportateur puisse établir exactement les délais et les prix de transport, les droits de douane, etc.

Tous ces détails ne sont pas souvent faciles à avoir et cependant ils sont indispensables. A ce point de vue, le gouvernement, les compagnies de chemins de fer et de navigation ont beaucoup à faire pour remplir leur rôle dans le commerce d'exportation. Trop souvent, les exportateurs sont dans l'impossibilité de se procurer les données nécessaires pour établir le prix des marchandises que beaucoup de clients veulent recevoir franco de tous frais, même en payant un peu plus cher.

Il faut que nos compagnies de transports maritimes et terrestres se mettent en mesure de fournir au commerce les indications dont il a besoin et qu'il lui est matériellement impossible de tirer des innombrables tarifs en vigueur où seulement des spécialistes peuvent se tirer d'affaire. Souvent l'exportateur ne demanderait pas mieux que de livrer la marchandise aux conditions exigées par le client; ce qui l'arrête, c'est l'impossibilité d'établir d'avance les prix de transport, de douane, etc., qui lui sont indispensables pour ne pas

risquer de perdre en frais imprévus le petit bénéfice qu'il a dû se réserver pour lutter avec le concurrent.

Ce qui nous a toujours frappé, c'est la facilité avec laquelle on pouvait se procurer en Allemagne les prix de transport de n'importe quelle marchandise et pour n'importe quel pays.

Si les compagnies de chemins de fer et de navigation, ainsi que les maisons de transport, n'ont pas intérêt à faire connaître leurs tarifs ou plus exactement à les mettre à la portée des profanes, le Gouvernement, au moyen de ses organes compétents et avec le concours d'un Office national du Commerce Extérieur, ne pourrait-il pas le faire? Il n'est pas nécessaire pour cela d'établir les prix pour toutes les destinations: une classification rationnelle et l'indication des prix pour les principaux centres commerciaux des différents pays, suffiraient dans la plupart des cas.

C'est une question des plus intéressantes, méritant toute l'attention des autorités compétentes qui, dans ce cas, ne devraient rien négliger pour faciliter l'exportation.

Mais parmi les moyens de favoriser l'exportation, le plus important est le choix du représentant, de l'intermédiaire qui est désormais devenu indispensable et duquel dépend en très grande partie la bonne ou la mauvaise réussite des affaires.

Et, malheureusement, en ce qui concerne le Canada — il n'en est pas autrement ailleurs, croyons-nous, — nous constatons chaque jour que cette question capitale est trop souvent négligée.

Alors que le représentant devrait être considéré comme un collaborateur de premier ordre, comme un associé pour ainsi dire, souvent on accepte un individu sur lequel on a des renseignements plus ou moins bons, dont on ignore les relations, les capacités, les moyens, qu'on n'a jamais vus et qu'on ne verra jamais.

Et, à cet individu, nous confions la défense de nos intérêts, nos marchandises, c'est-à-dire nos capitaux, sans jamais nous soucier d'aller voir ce qu'il fait, alors que chez nous, sous nos yeux, nous exerçons le contrôle le plus minutieux sur ce que font nos employés, attachés à notre maison depuis longtemps et dont nous connaissons la vie dans tous ses détails.

Vous êtes rasant avec cette question, — nous direz-vous, — et vous auriez raison, si notre insistance n'était basée sur les dossiers, dont nous n'osons indiquer le nombre, concernant de douloureuses affaires dues exclusivement au mauvais choix du représentant.

Certes, il n'est pas facile de trouver la personne idéale, mais il vaut mieux attendre que d'associer à nos affaires un agent dans lequel nous n'avons pas la confiance la plus absolue. La moindre méfiance suffit pour paralyser les affaires et rendre la situation intolérable. Il vaut mieux éviter les difficultés que l'on peut prévoir à coup sûr et dont l'issue se traduit toujours par des pertes de temps et d'argent.

Dans beaucoup d'articles, la constitution d'un dépôt est nécessaire pour servir plus rapidement la clientèle qui ne veut pas faire de gros achats ou qui peut avoir besoin d'urgence de tel ou tel produit.

Nous reconnaissons nous-mêmes l'utilité de ces dépôts et nous approuvons les maisons qui adoptent ce système, mais à une condition, c'est qu'elles ne le fassent qu'en connaissance de cause, c'est-à-dire qu'après avoir étudié à fond le marché et s'être rendu exactement compte de ou des articles qui peuvent être vendus.

Il faut absolument éviter l'envoi à l'étranger de produits dont l'écoulement n'est pas certain. La chose n'est pas difficile si l'agent connaît bien l'article et la clientèle et si la maison ne s'entête pas à lui envoyer en dépôt des qualités, mesures, poids, etc., qui ne sont pas de vente courante.

Nous avons été appelés à régler de très nombreux différends de cette nature, car, outre l'ennui du retour des marchandises invendables, il faut acquitter les frais de douane que l'administration ne rembourse jamais, les frais d'emballage, d'assurance, de magasinage, et alors surgissent presque toujours des questions entre maison et agent se donnant l'un l'autre la faute.

Quant à la clientèle, il est indispensable de la connaître. Il faut que le patron ou son *alter ego* la visite avec son agent. Ces visites, courtes si l'on veut, suffisent à l'œil du maître pour éliminer beaucoup de difficultés et lui permettre de se rendre compte d'une foule de choses, qui lui échapperaient par correspondance, aussi bien au point de vue de la valeur de la clientèle qu'au point de vue des produits dont elle a besoin.

Quant à la question de la précision dans l'exécution des ordres, elle est trop élémentaire pour que nous ayons besoin d'y insister; si nous y faisons allusion c'est simplement pour rappeler que nous entendons souvent des plaintes à ce sujet et des comparaisons que nous éviterions volontiers.

POUR CHASSER LA CLIENTELE

Il paraît que, récemment, une grande quantité de thé de Ceylan a été rejeté comme impropre à la consommation à son arrivée en différents ports des Etats-Unis.

Il est possible et même probable qu'une partie de ce thé inférieur a été expédié au Canada, et il est bon de mettre nos commerçants en garde. Certains détaillants achètent volontiers des marchandises à bon marché parce qu'ils comptent faire, en les revendant à peu près au prix des bonnes un bénéfice élevé; mais aucun calcul ne saurait être plus faux. Il est certain, en effet, que les clients conservent le souvenir de la tromperie dont ils ont été victimes et vont porter leur argent dans un autre magasin. Si les marchandises de qualité inférieure leur sont vendues à bas prix, ils oublient ce dernier détail pour ne se rappeler que de la mauvaise qualité.

En ces jours de concurrence serrée le marchand qui réussit finalement est celui qui maintient et la qualité et les prix. Il n'y a pas de meilleur moyen de chasser la clientèle que de lui vendre des marchandises inférieures.

IL FAUT AIMER SES MARCHANDISES

Un commerçant qui parfois versait dans la philosophie a dit: "Seuls, les marchands qui aiment leurs marchandises peuvent les vendre avec profit."

Il y a beaucoup de vrai dans cette observation. Les marchands qui aiment leurs marchandises parlent de celles-ci avec un enthousiasme qui, fréquemment, se communique aux clients et leur fait désirer ardemment des articles auxquels ils n'auraient même pas songé avant qu'on ne leur en ait vanté les qualités.

LA PRATIQUE COMMERCIALE

LA MANIERE DE CALCULER LA MARGE DES PROFITS

Récemment, l'attention des marchands était attirée par l'article d'un journal dont le titre se posait comme suit: "Que deviennent mes profits ?" et de fait les détaillants se rendent compte de plus en plus de la nécessité d'établir correctement une échelle de profits. Presque tous les marchands reconnaissent l'intérêt qu'il y a pour eux d'établir de la bonne manière, les profits, encore que relativement peu sachent comment cela se fait.

Il n'est donc pas inutile de revoir de temps à autre la manière de procéder et de considérer quelques-uns des exemples les plus typiques.

Dans l'un d'eux, le coût des frais généraux est de 15 pour cent sur les ventes brutes et le profit net désiré est de 5 pour cent. Pour gagner 5 pour cent de profit net quand le coût des frais de vente est de 15 pour cent, le prix marqué doit être de 25 pour cent au-dessus du prix d'achat.

Comment pouvons-nous déterminer ceci ?

Posons 100 pour cent comme égal au prix de vente.

Votre coût de faire des affaires est de 15 pour cent et votre profit net désiré est de 5 pour cent. Ceci donne un profit brut de 20 p.c., que vous devrez prévoir dans votre prix de vente.

A présent, il est évident que votre profit est fait non seulement sur le prix d'achat, mais aussi sur le prix de vente. Vous achetez un article un dollar, mais vous ne gagnez votre profit que lorsque vous l'avez vendu.

Quel sera, dès lors, le prix de vente correct à charger pour un article coûtant un dollar, de manière à gagner un profit brut de 20 pour cent, soit dans le cas qui nous occupe un profit net de 5 pour cent.

Si 100 pour cent représente le prix de vente et 20 pour cent le profit brut, cela signifie que le prix d'achat suivant le pourcentage est 100 pour cent, moins 20 pour cent, c'est-à-dire 80 pour cent.

En d'autres termes, le dollar que vous payez pour l'article est juste 80 pour cent de ce que vous devez le vendre pour gagner le profit net désiré de 5 pour cent. Si un dollar est 80 pour cent de ce que vous devez vendre l'article, 100 pour cent ou le prix de vente intégral sera 100 divisé par 80, soit \$1.25. En conséquence votre augmentation sera de 25 sous ou 25 pour cent au-dessus du prix d'achat.

Un autre exemple envisageant 10 pour cent de profits nets est discuté de la même façon. Votre coût de faire des affaires est de 15 pour cent, le profit net que vous désirez est de 10 pour cent, ce qui fait un profit brut de 25 pour cent. Enlevez le 25 pour cent du profit brut de ce pourcentage et vous aurez 75 pour cent comme prix de vente en pourcentage. Un dollar est donc 75 pour cent de ce que vous avez à charger pour obtenir le profit net de 10 pour cent désiré. Si \$1.00 est 75 pour cent du prix de vente, 100 pour cent seraient un dollar divisé par 75, soit \$1.33 1-3. Ce serait donc 33 1-3 pour cent qu'il faudrait ajouter au prix d'achat.

Ces exemples devraient suffire à vous permettre de calculer toutes les autres combinaisons et de démontrer à vos commis la raison de ce calcul.

Il est presque incroyable qu'il y ait tant de bons marchands de ce pays qui ne sachent pas établir correctement leurs profits.

Une grosse maison avait posé, récemment, à un grand nombre de marchands, ce problème :

"Si un article vous coûte un dollar, y compris le fret, et que votre coût de faire des affaires soit de 22 pour cent, à combien devez vous vendre cet article pour obtenir un profit net de 10 pour cent ?"

Un millier de marchands environ envoyèrent leur réponse. Et parmi celles-ci, 750 étaient fausses. Près de la moitié de ces 750 réponses fausses prétendaient que le prix de vente devait être de \$1.32 si l'on voulait obtenir un profit net de 10 pour cent. Ces réponses furent faites en dépit du fait que sous la question il y avait une note spécifiant que la réponse correcte n'était pas \$1.32. Quelques-uns donnèrent comme solution \$1.38 et d'autres même donnèrent le chiffre de \$1.10.

Le prix exact de vente dans les conditions données, était de \$1.47. Le procédé pour arriver à ce résultat est le même que celui indiqué ci-dessus.

Un gros marchand nous rendait visite dernièrement et réclamait notre assistance pour savoir ce qu'il en advenait de ses profits. Il nous disait qu'il savait pertinemment qu'il faisait de l'argent puisqu'il en avait. Mais à son grand dépit, il avouait qu'il n'était capable en aucun temps de montrer l'actif qui se dégageait de ses livres. Nous lui fîmes observer que la difficulté qu'il éprouvait provenait probablement du fait qu'il ne savait pas établir correctement sa marge de profits. A ceci, il nous répondit qu'il était en affaires depuis nombre d'années et qu'il en avait fait un succès et il pensait qu'il savait calculer correctement ses profits. Il expliqua qu'il gagnait un profit brut d'environ 33 1-3 pour cent sur les ventes. Nous lui demandâmes comment il obtenait ce pourcentage et il nous répondit qu'il prenait 33 1-3 pour cent du prix d'achat et l'ajoutait au prix de vente. Il pensait de la sorte obtenir le prix de vente qui lui procurerait le chiffre de profit désiré.

Au demeurant, il faisait la même erreur que beaucoup des 750 qui envoyèrent une réponse erronée au problème du profit posé ci-dessus. Nous lui expliquâmes alors le procédé ci-haut et immédiatement, il admit qu'il n'avait pas, pendant des années calculé sa marge de profits sur une base scientifiquement correcte.

La connaissance des marchandises seules est ce qui a sauvé nombre de détaillants qui ont calculé d'une façon persistante leurs profits sur une base fautive. Le marchand le plus souvent ne sait que la valeur approximative d'une chose et il se base sur cette approximation pour établir son prix. Mais ce calcul est du do-

maine du hasard et ne saurait être adopté sérieusement. La seule manière de faire les choses correctement et de rendre justice tant à vous-même qu'à vos clients est de savoir calculer vos profits.

Il est bien évident, qu'un point essentiel pour le calcul correct des profits, est de savoir combien il vous en coûte pour mener vos affaires, autrement dit quels sont vos frais généraux ?

Comment obtenir ceci ?

De la manière suivante. Relevez soigneusement la somme de vos dépenses pour toute l'année et prouvez par vos livres. Ensuite, divisez ce chiffre par le total de vos ventes. En d'autres termes, divisez vos dépenses brutes par vos ventes brutes de l'année et le résultat vous donnera le pourcentage des ventes que cela vous coûte pour conduire votre commerce.

Par exemple, vos ventes pour l'année se montent en chiffres ronds à \$30,000 et vos dépenses pour ce même laps de temps sont de \$6,870.

Si nous calculons, combien de fois \$6,870 en \$30,000, nous obtenons environ 22½ pour cent. Ainsi donc, votre pourcentage de dépenses durant l'année est de 22½ pour cent des ventes.

Quelque chose aussi de très important à savoir est combien cela devrait coûter à un marchand pour conduire ses affaires ?

Beaucoup d'autorités considèrent comme économe, un marchand dont les dépenses de vente sont au-dessous du 24 pour cent des ventes.

La dépense moyenne d'un magasin prospère de grandeur moyenne est de 18 à 22 pour cent des ventes. Si elle dépasse ceci, prenez garde. Vous devez savoir exactement à combien montent vos dépenses et pourquoi ce pourcentage est justifié.

Les marchands qui font eux-mêmes leur travail ou la plus grande partie de leur travail, peuvent souvent réduire leurs dépenses d'exploitation à 10 ou 12 pour cent des ventes. Mais ce n'est pas chose courante. Un certain magasin général de notre connaissance conduit un commerce de plus de \$12,000 de recettes annuelles avec 16 pour cent de frais seulement. Ce chiffre est tout à fait exceptionnel et il va sans dire que ce magasin fait vraiment de l'argent.

Un autre point de vue extrêmement important du problème du calcul des profits est celui de l'écoulement des marchandises. Tout marchand sait que cela coûte plus cher de tenir des marchandises et de les vendre une fois dans l'année que de les écouler deux fois, dix fois, ou plus chaque année. Un dollar placé dix fois dans une année rapporte plus de profits nets que dix dollars placés en une seule fois.

Le montant des profits nets pour l'année est déterminé par le renouvellement du stock. Qu'est-ce alors que le renouvellement du stock ?

Un homme s'est mis dans le commerce avec un stock de \$4,000 et ses ventes brutes pendant l'année s'élèvent à \$28,000. Combien de fois renouvela-t-il son capital ?

Certains répondront : plusieurs fois. Ils obtiendront leur chiffre en divisant le total des ventes (prix de détail) par le stock (prix d'achat).

C'est une évaluation fautive.

Si vous achetez un article un dollar et que vous le vendiez \$1.50, direz-vous que vous avez écoulé votre marchandise une fois et demie ?

Vous ne pouvez calculer le nombre des renouvellements de stock en divisant vos ventes brutes par vos chiffres d'inventaire pour la bonne raison que ceci représente deux choses différentes. Votre inventaire représente ce que les marchandises vous coûtent. Le chiffre de vos ventes brutes représente ce que vous obtenez pour les marchandises.

Quel est le bon moyen de calculer le renouvellement du stock ?

De vos ventes brutes de l'année retranchez un chiffre représentant votre profit brut moyen. Divisez le montant moyen du stock au cours de l'année par le chiffre obtenu de la soustraction.

Les ventes brutes pour l'année dans le cas ci-dessus s'élevaient à \$28,000. Supposez que le profit brut de ce marchand fut de 30 pour cent. Trente pour cent de \$28,000, égale \$8,400. Ce qui laisse \$19,600 pour le prix approximatif du stock vendu pendant l'année pour \$28,000. Son capital moyen investi est \$4,000. Dans ces conditions combien de fois son stock s'est-il renouvelé ? Autant de fois que \$4,000 va dans \$19,600 ; ce qui donne environ cinq fois.

Dans le cas que nous venons de considérer, les chiffres indiqueraient des conditions pleinement satisfaisantes et un renouvellement de stock raisonnable. Il ne fait pourtant aucun doute qu'il y eut des lignes pour lesquelles le renouvellement ne se produisit qu'une ou deux fois, ou peut-être pas du tout.

La seule manière de garder une surveillance étroite sur le nombre des renouvellements de marchandises définies est de partager le stock en départements et de tenir un compte séparé des ventes de chacune.

En matière de fait, si on insiste sur l'appellation de la transaction par son propre nom, peu de magasins peuvent fournir un chiffre exact des renouvellements de stock. Ce dont on veut parler réellement, quand on parle du renouvellement du stock, c'est du renouvellement du capital.

Les cinq renouvellements dont il est parlé dans l'exemple ci-haut signifient, si on y regarde de près, que c'est le capital et non le stock qui se renouvela cinq fois. De fait, il est probable que le stock en entier ne se renouvela pas du tout, quoique quelques-uns de ses articles se renouvelèrent dix ou même vingt fois.

La portion du stock qui ne se renouvelle pas est celle qui mange les profits.

Plus vous conservez votre stock léger, moins vous avez de stock mort, et plus hauts seront vos profits nets.

Combien de fois dans une année votre capital devrait-il se renouveler pour atteindre une bonne moyenne ?

Ceci dépend de la sorte de magasin que vous tenez et de vos qualités de commerçants.

Si votre magasin est un magasin d'articles divers, des renouvellements de six, huit, neuf ou même dix fois peuvent être obtenus à condition que vous conduisiez vos affaires correctement. Si un marchand général ne renouvelle pas au moins cinq fois son capital au cours de l'année, il est bon qu'il se mette sur le qui-vive et recherche ce qu'il y a de défectueux dans sa maison. Quelques magasins généraux actifs ont renouvelé leur capital jusqu'à douze fois par an.

D'autres classes de magasins peuvent renouveler leur capital deux, trois, quatre ou cinq fois par an.

Il est clair, sans qu'il soit nécessaire d'argumenter, que le commerçant qui a un stock léger et qui veille à ce que tout article s'écoule rapidement, renouvellera plus de fois son capital que ses plus lents concurrents.

Nous le répétons. Plus vous renouvellerez votre stock plus élevés seront vos profits nets.

Mais ne manquez pas de calculer vos renouvellements correctement. Faites attention d'extraire le

profit moyen brut avant de faire la division.

Vous n'avez rien à gagner à vous imaginer que vous renouvelez votre capital sept fois alors que vous ne le renouvelez en réalité que quatre ou cinq fois.

On dit que les chiffres ne mentent pas. C'est vrai. Mais vous devez prendre les chiffres exacts, sinon vous ne pouvez obtenir de résultats corrects.

LE FRANÇAIS ET LES MARQUES DE FABRIQUE

La déteinte de l'anglais sur le français se manifeste surtout dans les noms que l'on donne aux produits fabriqués au Canada.

Si un industriel désire se trouver une marque de commerce pour un objet qu'il fabrique lui-même, je ne sais pourquoi il aura infailliblement recours à la langue anglaise.

C'est ainsi que, par une humiliation que nous méritons peut-être à cause de notre esprit ultra-condescendant, notre marché compte des quantités de produits canadiens baptisés de noms shakespeariens.

Nous avons des appareils photographiques "speed-light", des chaussures "easy on", des pendules "regulator", des machines à laver "lone star", des salopettes "reliable", des glaciers "iceland", des tentes de campement "lakeside", des bicyclettes "Rand", des montres "climax", des canifs "diamond", du tabac "maple leaf", etc.

De grâce, francisons nos marques de commerce, nous, surtout Canadiens-français!

C'est très facile. Ouvrons les catalogues français, et nous trouverons des noms magnifiques et très expressifs pour tous ces objets:

Appareil photographique: **Multipose.**

Chaussure: **Le Rêve.**

Pendule: **Saturne ou Equinoxe.**

Machine à laver: **La Parfaite.**

Salopette: **Inusable.**

Glacière: **Pôle Nord.**

Tente de campement: **L'Alpêtre ou La Pyrénéenne.**

(On pourrait mettre: **La Laurentide.**)

Bicyclette: **Hirondelle.**

Montre: **Eclipse.**

Canif: **Petit Poucet.**

Tabac: **Mon Ami.**

En donnant libre cours à son imagination, ne pourrait-on pas dire encore:

Chapeau: **Aiglon.**

Poêle: **Salamandre.**

Rasoir: **Le Feu.**

Motocyclette: **L'Eclair.**

Chapeau: **Archiplume (très léger).**

Réveil-matin: **Coq.**

Machine à coudre: **La Silencieuse ou la Pratique.**

Balai par vide: **Le Tourbillon.**

Arrosoir: **L'Ondée.**

Douche: **L'Orage.**

Pincettes: **Bouledogue.**

Lorgnon: **Lynx.**

Brosse rigide: **Porc-Epic.**

Couverture de lit: **La Frileuse.**

Vase à fleur (à long col): **La Cigogne.**

Parfum: **La Rose.**

Automobile: **La Rapide.**

Ombrelle: **La Libellule.**

Ventilateur: **La Brise ou Cyclone.**

Liqueur douce: **La Fraîsette.**

L'esprit goguenard français peut se manifester même jusque-là. Il y a en France la bicyclette **Safile** (pour **Ça file**), le tire-bouchon **Satyre** (pour **Ça tire**).

En cela, l'Anglais peut rendre des points au Français. Un fabricant de salopettes a pris pour marque de commerce un coq haut-perché chantant ces mots: **I crow over all (overall).**

Certains noms historiques, mythologiques ou légendaires se prêtent très bien à l'adaptation commerciale. Tout en diminuant la pléthore de mots anglais qui dansent constamment devant nos yeux à la devanture des grands magasins, ces allusions indiquent un certain degré de culture intellectuelle chez ceux qui les emploient.

Ainsi, un miroir **Sosie** rappelle ce personnage de l'**Amphitryon** de Molière, dont Mercure a revêtu les traits pour remplir plus facilement la mission dont l'a chargé Jupiter. Son nom est devenu proverbial pour désigner une personne qui ressemble parfaitement à une autre.

En souvenir de la chevelure longue et abondante du vigoureux personnage biblique, on peut donner le nom de **Samson** à une préparation destinée à faire pousser les cheveux.

Par allusion à Absalon restant suspendu à un arbre par sa chevelure, un perruquier voulant indiquer la parfaite adhérence de ses perruques à un crâne dénudé pourra les appeler **Perruques Absalon.**

Un barbier voulant encourager ses clients à se tenir la chevelure très courte, et, par conséquent, à lui faire des fréquentes visites, pourrait faire peindre à son enseigne un Absalon se balançant à une branche d'arbre, soutenu par sa chevelure, alors que la mule fuirait, soulagée de son cavalier. En exergue, il mettrait: **Les inconvénients d'une longue chevelure.**

La lanterne **Diogène**, voilà une jolie marque, allusion au grand philosophe grec parcourant les rues d'Athènes en plein midi, avec une lanterne allumée et répondant à ceux qui lui demandaient compte de cette bizarrerie:

—Je cherche un homme.

Les noms célèbres de notre histoire tels que: Champlain, Dollard, Maisonneuve, Frontenac, Salaberry, Jacques-Cartier font aussi un excellent effet sur des produits canadiens.

Cela, tout en signifiant la même chose, vaudrait infiniment mieux que le "made in Canada" que l'on éti-

quette partout et à outrance depuis le commencement de la guerre.

Il y a encore les noms d'actualité. Une maison à appartements du Nord de Montréal s'appelle **Le Joffre**. Cela vaut bien le "The St. Catherine", en plein centre canadien-français.

Ces jours derniers, un ingénieux tailleur montréalais s'y prenait de cette façon pour se faire de la réclame. Dans la montre de son magasin, il avait écrit en gros caractères :

Joffre un complet valant \$25 pour \$15.

Il y aussi les noms de ville: Le cigare **Boston**, l'eau **Riga** (ville de Russie), etc., l'eau de **Vichy**.

Tout le monde connaît cette marque de fabrique du savon Sapolio. Une vieille bonne femme, à jupe courte, un gourdin à la main, poursuit la malpropreté avec la plus vive ardeur, alors qu'on peut lire à même le dessin: **Sapolio chasse la crasse**.

Cette annonce de savon me rappelle une réclame du même produit, très populaire en France.

L'expression "donner un savon à quelqu'un" signifie: le gronder, le réprimander vertement.

La réclame était d'autant plus piquante qu'elle était historique et politique. Elle représentait une jeune femme, Marianne ou la République Française, entourée de trois rois, Louis XVI, Louis-Philippe et Napoléon III, à chacun desquels elle donnait un pain du savon **La République**, qu'il s'agissait de faire connaître. Les royalistes ne goûtaient pas du tout ce genre de réclame.

La clientèle anglaise ne sera aucunement offusquée des appellations françaises données à nos produits. On n'a qu'à feuilleter les catalogues anglais, surtout les catalogues de mode pour constater que les mots français ou à l'allure française y foisonnent :

Neglige shirt, voile, crepe ratine, satinettes, messaline, foulard, crêpe de Chine (sic), silk chiffon, serge, linon, batiste, moire, coronet, braid, Pompadour wave, coutil, bassinette mignonette, etc. (Cf. Tarif-album de Montgomery Ward and Co., (Chicago).

Les fabricants anglais créent à plaisir des mots français pour la bonne raison qu'ils les trouvent élégants et expressifs. Ce que nous appelons **popcorn** se dit en anglais **Crispette**; ce que nous appelons "fixtures à gaz" se dit en bon anglais **Gazelier**, et "**Fixtures électriques**", **Electrolier**. Et dire que les Français ne connaissent pas encore ces trois mots que les Anglais finiront bien par nous imposer. Un académicien ne pourrait pourtant pas trouver mieux, peut-être pas même aussi bien.

Si, malgré tout, les âmes délicates et timorées craignent de porter ombrage à nos compatriotes hétérogènes, ils peuvent faire montre d'habileté en choisissant des mots qui s'écrivent de la même façon dans les deux langues, tels que: **Capital, Union, Royal**, ou des mots latins ou à suffixe latine, faciles à comprendre: **Lux, Facilis, Simplex, Junior, Castoria, Restoria, Omnia, Radium**.

Soyons avertis malins que les Anglais eux-mêmes. Les fabricants de la bière **REGAL** ont été très habiles en choisissant ce mot. Les Anglais lisent Regal, qui, dans leur langue, signifie "royal". Les Français croient que cette bière est un **REGAL**, et les Juifs commençant à lire par la fin, comprennent **LAGER**, de sorte que ce seul mot satisfait tout le monde.

C'est tout comme le marchand nommé

LEON NOEL

dont le nom à l'affiche, qu'il soit lu par un juif, de droite à gauche, ou par un Canadien-français, de gauche à droite, demeure toujours le même: **LEON NOEL**.

Abbé Etienne BLANCHARD,

LE DEVELOPPEMENT DE LA MARINE MARCHANDE JAPONAISE

Il n'y a que quelques années que le Japon commença à former sa marine marchande, et aujourd'hui ses navires sillonnent toutes les mers. Une autorité maritime américaine donne les détails suivants concernant le développement extraordinaire de la marine marchande de ce pays. Depuis cinq ans, les chantiers de constructions navales du Japon ne cessaient de construire des navires pour passagers. Ce sont des navires de première classe du modèle le plus perfectionné. Mais comme les chantiers maritimes du Japon ne peuvent pas fournir assez de navires nouveaux, les agents des compagnies de navigation japonaise cherchent partout à acquérir des vieux navires, qui sont, après achat, transformés au Japon. Ce sont surtout ces vieux navires, qu'on voit maintenant dans tous les ports maritimes, qui ont permis le développement rapide de la marine marchande japonaise. Presque tous ces bâtiments ont été achetés à si bas prix, que les bénéfices qu'en ont retirés les compagnies surpassent de beaucoup les prix qu'ils ont coûtés. Le même fait s'est produit, il y a une dizaine d'années, quand les propriétaires des voiliers anglais, s'imaginant que le développement de la navigation à vapeur aurait vite fait de mettre hors d'usage les bâtiments à voiles, les ont vendus à des prix absolument ridicules. C'est donc grâce à la perspicacité des armateurs japonais qui, prévoyant une insuffisance de tonnage mondial, raflaient

partout les vieux navires à vendre que la marine marchande japonaise a pris en quelques années une importance aussi considérable. Le Canada pourrait méditer cette méthode.

LA NOUVELLE POLITIQUE DOUANIERE ALLEMANDE

M. K. Leiten, dans un article sur les problèmes douaniers d'après la guerre qu'on discute en ce moment en Allemagne, fait remarquer que la guerre a eu pour résultat de rendre très populaire en Allemagne le protectionnisme agrarien. Les pires adversaires des agrariens sont devenus maintenant ses plus ardents défenseurs, le chef du parti national-libéral, le député Furrmann, n'hésite pas à déclarer "que cette guerre a prouvé au peuple allemand que ces agrariens si calomniés ont sauvé l'Allemagne de la famine et d'une paix honteuse."

En ce qui concerne la question de savoir sur quelle base doit être construite la nouvelle politique douanière pour la conclusion des nouveaux traités de commerce, les avis sont partagés. La grande majorité des industriels sont d'avis qu'il faut absolument établir le système du tarif double, maximum et minimum, et renoncer aux traités de commerce basés sur la clause de la nation la plus favorisée, pour inaugurer le système de traités de réciprocité.

CEUX QUI VISITENT NOS CLIENTS

A la base de l'éducation de vos agents, posez deux principes :

1o Il faut obtenir des ordres ;

2o Il faut en obtenir toujours davantage.

Que vos agents comprennent bien que toutes vos instructions orales ou écrites sont simplement la traduction ou le développement des deux principes précités.

Si vos méthodes détruisent l'élément d'initiative personnelle chez vos agents, supprimez la méthode ou changez-la.

Votre premier souci pour assurer une bonne méthode devrait être la publication d'une petite brochure résumant toutes vos connaissances sur la vente des articles de votre spécialité.

Citez, dans cette brochure, des traits de votre propre expérience, donnez des exemples de succès obtenus par d'autres.

Que chacun de ces traits soit une leçon.

Vous savez sur quels points vos agents doivent porter leur attention constante, et quels sont les principaux facteurs du succès dans la vente de vos marchandises. Indiquez tout cela dans votre brochure, notez bien tous les détails, quelque petits qu'ils puissent vous paraître.

Par exemple, il n'est pas inutile d'indiquer que le voyageur qui monte le dernier dans l'omnibus de l'hôtel sera le premier à en sortir, de façon que s'il n'y a presque plus de chambres disponibles, il pourra être sûr d'en avoir une. Tandis que celui qui sortira le dernier risquera d'être logé dans une succursale éloignée, ou de gaspiller l'argent de la maison en payant une chambre beaucoup plus cher qu'il ne devrait le faire normalement.

Cette brochure devra contenir les indications des qualités principales de vos marchandises et la comparaison de ces marchandises avec celles des maisons concurrentes ; elle devra contenir aussi un guide de conversation comportant des sujets placés dans un ordre logique.

Il ne suffit pas, en effet, pour qu'un agent soit à même de faire des affaires, qu'il ait acquis de sérieuses notions sur la fabrication par un long stage à l'usine, qu'il connaisse son article, et soit pénétré de la supériorité de la maison ; tout cela, en effet, pourra lui échapper au moment utile et il pourra négliger des points importants ; il en sera autrement s'il possède un guide contenant des instructions qu'il puisse relire à tout instant, dont il se pénètre et "s'imbibe" en quelque sorte.

* * *

En mettant un agent en route, préoccupez-vous de la liste de clients que vous lui donnez.

Procurez-vous la liste de tous les clients possibles, ne vous confinez pas à ceux qui ont une bonne renommée et sont de premier crédit, mais cherchez une liste complète, qui comprenne les bons, les mauvais et les indifférents.

Que votre voyageur voit tout ce monde, et fasse sa propre liste d'après ses propres renseignements.

* * *

Si vous avez un dépôt de marchandises, voyez si vo-

tre concurrent n'a pas un gérant plus d'affaires ; puis, en vue du cas où votre agent viendrait à vous manquer, pour une cause quelconque, fixez d'avance votre choix sur la personne apte à le remplacer.

* * *

Attachez-vous des clients qui sont difficiles à obtenir, ce sont habituellement les plus fidèles ; il faut beaucoup de temps et de tact pour entrer en relations avec eux, mais par contre, lorsqu'ils vous auront donné leur clientèle, ils ne vous seront pas enlevés par le premier concurrent venu.

* * *

Il y a une méthode pratique pour aborder ces hommes difficiles ; c'est ce qu'on appelle la tactique du crabe. Elle consiste en ceci :

Votre voyageur entre : "Bonjour, M. X....., je suis M. Y....., représentant de la maison Thomas.

"Nous venons d'enlever le monopole de nos articles à M. Jules, mais nous sommes encore tenus pour une saison avec lui. Ma maison m'a demandé de vous faire visite, parce qu'elle sait que vous avez une organisation supérieure et que vous pourriez très bien vendre nos articles. Ne voudriez-vous pas accepter cette photographie de notre nouvelle machine à fileter, pour la mettre parmi vos prospectus ? — Vous voudriez connaître le prix ? Cela ne serait pas très délicat vis-à-vis de M. Jules. Ma maison m'a seulement chargé de vous dire que nous serions tout à votre disposition pour entrer en rapport avec vous.

"Bien enchanté de vous avoir rencontré ; je vous remercie ; bonjour, Monsieur."

* * *

Le téléphone est une invention pour les paresseux.

Vous pouvez être sûr que votre client était décidé à traiter avec vous, s'il vous donne son ordre par téléphone.

—Mais, direz-vous, il est si commode de prendre rendez-vous par téléphone ; cela économise du temps et évite des démarches inutiles, car les clients sont presque toujours absents quand on va les voir.

Rien n'est plus vrai ; seulement, par téléphone, vous ne savez jamais si votre acheteur est disposé à faire affaire avec vous ou non.

Vous entendez vous dire : "Comme vous avez bien fait de me donner un coup de téléphone ! Cela vous évitera un dérangement inutile, car il n'y a absolument rien à faire pour le moment."

En réponse, vous ne pourrez prononcer que quelques mots hâtifs, utilisant ainsi le dixième de votre puissance, qui consiste dans la parole ; mais les autres dixièmes de cette puissance, consistant dans l'influence personnelle, la persuasion par de bons arguments, la présentation des échantillons, et l'enthousiasme, ces neuf dixièmes sont inemployés.

Conclusion : téléphonez, si vous le voulez, pour savoir où se trouve votre acheteur, mais ne le demandez jamais au téléphone.

En agissant ainsi, vous ne vous tromperez pas.

* * *

La majorité des représentants savent que le seul moyen d'obtenir un ordre est d'accaparer l'attention directe et personnelle du client ; mais beaucoup ne se

rendent pas compte de l'importance du point de départ pour arriver à ce résultat.

Pleins de leur sujet, ces derniers pénètrent chez le client, sans connaître l'homme qu'il s'agit de convaincre, et sans plan bien arrêté pour présenter l'affaire de façon intéressante; ils s'embarrassent, se perdent dans les détails... et la partie est perdue!

Dans une conversation d'affaires, le début a une importance capitale; il faut s'emparer dès l'abord de l'attention de l'acheteur: résultat qui s'obtient par l'annonce d'un prix plus avantageux, d'une information spéciale sur le cours des marchandises, d'une dernière nouvelle concernant la fabrication, ou l'exposé d'une idée neuve d'utilité immédiate. Cela doit être dit de prime abord, en termes brefs et précis.

Le vendeur ne doit jamais perdre de vue que le but de son éloquence est de démontrer à l'acheteur que, s'il lui remet un ordre, ce sera à son avantage, pour son profit; que cela contribuera à la bonne réputation et au développement de ses affaires, etc.

Si le vendeur comprend bien que le résultat de son

argumentation doit être de susciter chez le client un grand désir d'acheter sa marchandise, alors il aura saisi l'idée essentielle de la vente.

Il est encore un point très important.

Il faut savoir présenter ses arguments dans un ordre logique, de façon que, une fois maître de l'attention du client, on lui fasse un exposé clair et simple de l'affaire, indiquant rapidement les points secondaires, pour terminer par les plus importants. Il faut se tenir prêt à enlever l'affaire avec le plus fort et le meilleur argument, qu'on tient en réserve.

Un dernier conseil. Il n'y a pas de principes d'une application absolue en matière de vente excepté un seul: l'honnêteté.

Soyez honnête, faites comprendre à votre acheteur que vous croyez à ce que vous dites, portez cette conviction dans toutes vos paroles, sur votre visage: lorsque vous annoncez le prix de votre marchandise, si vous parlez par exemple de \$4.50, que votre acheteur soit convaincu que toute une journée d'efforts ne lui ferait pas obtenir un rabais de cinq centins.

Le Commerce Canadien de Parfumerie et les Importations Françaises

Dans un article récent paru dans "La Parfumerie Moderne", une revue que dirige avec sa haute maîtrise M. R. N. Gattefossé, le parfumeur bien connu, nous trouvons un intéressant aperçu des relations franco-canadiennes en ce qui concerne le commerce de parfumerie et nous nous faisons un plaisir de publier ce document qui ne peut manquer d'intéresser et d'instruire nos lecteurs.

"Nous avons déjà signalé l'année dernière, dit le rapport en question, un fléchissement des importations de **savon de Marseille** au Canada; ce fléchissement s'est encore accentué pendant l'exercice 1913-14. En 1911-12, nous avons placé sur le marché canadien 2,893,769 livres; en 1912-13 nos ventes tombaient à 2,605,130 et l'année dernière à 2,434,559. Pendant ce temps les ventes de l'Angleterre ont passé de 176,600 livres en 1911-12, à 188,629 livres en 1912-13 et à 327,525 livres en 1913-14. Ce savon est connu ici sous le nom de Savon de Castille ou "Castille Soap". Il se vend le plus souvent en morceaux moulés ou barres d'une livre anglaise; la qualité courante contient de 60 à 65 pour cent d'huile, bien que 72 pour cent soient la plupart du temps garantis. Il est peu employé pour la lessive, mais plutôt pour la toilette; aussi est-il demandé très blanc. C'est sans doute à leur couleur et à leur prix que les savons anglais doivent de pouvoir pénétrer sur le marché canadien; ils ne bénéficient d'ailleurs d'aucun avantage douanier sur le produit français, qui est assujéti au droit spécifique de 1 pour cent par livre.

Nous constatons une légère avance dans l'importation française des **savons de toilette**, mais notre chiffre d'affaires est encore bien insignifiant. Il y a des fabriques locales, mais le Canada achète néanmoins au dehors, aux Etats-Unis et en Angleterre. Le premier pays a fourni l'année dernière une valeur de \$323,823 et le second une valeur de \$64,484.

Voici les chiffres officiels des années dernières:

	1913-14	1912-13	1911-12
Savons de Marseille....	\$140,975	155,136	170,099
Savons de toilette.....	11,476	8,191	8,274
Parfums non alcooliques	71,445	56,924	53,728

Parfums alcooliques	140,239	105,156	113,968
Huiles essentielles	36,118	34,467	18,562

La statistique canadienne divise les **parfums** en deux catégories: ceux à base d'alcool et ceux alcooliques. Pour les premiers, on voit que la valeur de nos importations a considérablement augmenté. Il en est bien de même pour les seconds, mais la consommation est restée sensiblement la même, soit 10,935 gallons en 1911-12, 10,472 gallons en 1912-13 et 10,553 gallons en 1913-14. Le rapprochement de ces chiffres indique que la clientèle réclame des parfums de meilleure qualité, ce qui nous a d'ailleurs été confirmé par plusieurs agents. Les parfums à base d'alcool se vendent sur tout en flacons d'un quart de litre, car il est d'usage de les détailler à l'once. Pour ceux d'un certain prix, le tarif douanier est ainsi plus avantageux, car il taxe les articles en flacons de moins de 4 onces à 50 pour cent **ad valorem** et ceux en flacons d'une contenance supérieure, à \$2.40 le gallon plus 40 pour cent **ad valorem**. Nos importations de parfums à base d'alcool représentent plus de la moitié des importations totales; notre concurrent le plus redoutable est les Etats-Unis, dont les ventes l'année dernière ont atteint 5,611 gallons évalués à \$58,756.

La qualité d'**huiles essentielles** importées de France a diminué de moitié sur 1912-13, tandis que leur valeur a augmenté de plus de \$2,000. Cela semblerait prouver que les pharmaciens, dont un certain nombre avait essayé ces dernières années de confectionner eux-mêmes leurs parfums, tendent à abandonner cette pratique d'autant moins avantageuse que la clientèle demande les marques en renom et qu'une substitution n'est guère possible. Les Etats-Unis font un gros commerce d'huiles essentielles sur ce marché; leurs ventes ont été l'année dernière de 163,277 livres, d'une valeur de \$241,327. Celles de l'Angleterre ont été de 36,298 livres d'une valeur de \$69,002 et celles de l'Allemagne de 26,883 livres d'une valeur de \$22,575. Cette énumération montre que les produits de qualité sont achetés chez nous et l'on voit par les importations totales, qui atteignent deux cent mille dollars, que la fabrication du savon est assez active dans le pays."

Documents et Informations

L'INDUSTRIE JAPONAISE ET LE MARCHÉ ANGLAIS

Une intéressante tentative est faite en ce moment en Angleterre pour substituer le Japon à l'Allemagne pour l'importation d'articles d'habillement. Une importante maison britannique: "John Howel & Son" a envoyé, il y a quelques semaines, au Japon, un représentant ayant mission de visiter les grandes manufactures japonaises. Ce représentant, dit le "Times", a fait des achats considérables de tissus de coton:

"Ces achats ont été faits à Osaka (Manchester japonais), Kobe, Tokyo et Yokohama.

"Les gants de tissus, faits sur mesure de toutes petites mains de dames japonaises, ne pouvaient pas servir pour le commerce anglais. Mais les manufacturiers japonais ont vite adapté leur fabrication aux mains européennes et vendent leurs gants bien moins cher que les fabricants patrons de Chemnitz."

Le linge de coton japonais n'est pas de très bonne qualité, mais il est très solide et très bon marché:

"L'industrie de la laine japonaise n'a jusqu'à présent pas fait grand'chose, mais elle pourrait d'ici peu fournir une grande quantité d'articles à très bons prix. Car, malgré le fait que leurs manufactures sont équipées avec un outillage tout à fait moderne acheté en Amérique, leur coût de production est bien inférieur à celui des fabricants européens, grâce au bon marché de la main-d'oeuvre."

Il est intéressant de faire remarquer que presque toutes les fabriques du Japon, même celles situées dans des centres jamais visités par les Européens, sont très bien équipés, éclairés à l'électricité et très bien desservies par des chemins de fer.

MATERIAUX DE CONSTRUCTION METALLIQUES

La "Metallic Roofing Co. Ltd.", de Toronto et Winnipeg, en outre des articles numérotés dans son annonce d'une page entière publiée dans le présent numéro, vend les suivants: plafonds, tuyaux conducteurs, moulures de coins, corniches, fer plissé, gouttières, pinacles, portes et fenêtres incombustibles, bordures d'enfaitements, greniers portatifs, revêtements pour greniers, lattes, murs, tuiles ornementales, faîtières, matériaux pour toitures et, en fait, tous les articles métallique nécessaires pour constructions de tous genres.

LES CEREALES RUSSES ET L'EXPORTATION

Le Gouvernement russe vient de dresser l'état des céréales restant libres en 1915 après satisfaction des besoins intérieurs en alimentation et en semences.

Il résulte de ce document que la Russie possède, en 1915, des disponibilités en froment absolument libres pour l'exportation qui se chiffrent par 426.4 millions de pouds.

Les quantités disponibles en avoines sont de 288.3 millions de pouds.

DE TOUT UN PEU

M. James Couzens, l'ancien vice-président et général-gérant de la "Ford Motor Co.", touchait un salaire de \$150,000 par année quand il a donné sa démission. Sa fortune est évaluée à environ quarante millions de dollars.

Il y a vingt-cinq ans M. Couzens gagnait \$40 par mois comme marqueur de wagons de marchandises.

• • •
Selon le "New York Journal of Commerce" les pertes causées par le feu, en septembre dernier, aux Etats-Unis et au Canada, se sont élevées à \$14,823,500.

• • •
M. C. W. A. Veditz, attaché commercial des Etats-Unis à Paris, rapporte qu'il manquera à la France, cette année, environ cent millions de boisseaux de blé.

• • •
Pendant les neuf premiers mois de l'année courante, il y a eu au Canada et à Terre-Neuve, d'après le rapport de Bradstreet, 2,017 faillites, soit 137 de plus que pour la période correspondante de l'année dernière. Les passifs s'élevaient à \$24,049,793 et les actifs à \$10,724,946.

• • •
Un confrère des Etats-Unis publie la liste suivante de prix de quelques produits alimentaires, étoffes, etc., recueillie dans un brouillard d'épicier datant de 90 ans.

Oeufs, 4c la douz.; beurre, 8c. la livre; sucre, 10c. la livre; café, 31c. la livre; thé, \$1.50 la livre; bacon, 6¼c. la livre; whiskey, 35c. le gallon; blé, 40c. le boisseau; avoine, 15c. le boisseau; maïs, 25c. le boisseau; mouseline, 20c. et 37½c. la verge; calicot, 36c. et 50c. la verge; sel, 2½c. la livre; papier à tapisser à fleurs, 4½c. la verge.

UN DOLLAR ENVIRON DE BENEFICES ADDITIONNELS SUR CHAQUE CAISSE D'OEUF

Peu d'épiciers semblent se rendre compte du fait qu'avec un peu plus de peine ils peuvent gagner de 75 cents à \$1.50 de plus de bénéfices sur chaque caisse d'oeufs qu'ils vendent. Ceci peut paraître une impossibilité pour certains épiciers, mais il n'en est pas moins vrai qu'aujourd'hui des centaines de leurs confrères, dans toutes les parties du pays, font ces bénéfices, ce qui devrait convaincre les plus sceptiques.

Comment s'y prennent-ils? En classifiant les oeufs en deux lots selon leur grosseur. N'est-ce pas assez raisonnable? Vous vendez des oranges, des citrons, du maïs, des tomates et une foule d'autres articles du même genre selon leurs dimensions. Pourquoi n'agiriez-vous pas de même pour les oeufs?

Prenons, par exemple, une caisse d'oeufs que nous classifions selon leur grosseur. Environ les deux tiers de ces oeufs, soit 20 douzaines, sont gros. Si les petits oeufs qui peuvent peser en moyenne une once chaque se vendent 25 cents la douzaine, les gros, pesant une once et demie, devraient se vendre 37½ cents. Mais soyons modéré: au lieu de faire payer ces derniers 12½ cents plus cher, supposons que l'épicier se contente de 5 cents. Alors le client recevra pour son

argent une valeur exceptionnellement élevée, et l'épicier gagnera un bénéfice extra d'environ un dollar chaque caisse d'oeufs.

L'idée de vendre les oeufs selon leur grosseur n'est nullement nouvelle. Dans un grand nombre de pays on les vend au poids. Dans certains des états de l'Union on a essayé de faire adopter des lois à ce sujet, mais les associations d'épiciers s'y sont opposées parce que la vente des oeufs au poids impliquerait leur achat également au poids, ce qui augmenterait les frais de manèment et la perte, déjà énorme, qui se produit chaque année.

Les épiciers qui ont adopté cette méthode plus profitable de vendre les oeufs ont aussi eu le soin de mettre en sûreté leurs bénéfices additionnels en se munissant d'un système complet pour le manèment des oeufs qui leur fait non seulement éviter la casse, mais leur permet aussi de livrer les oeufs moyennant le moins de frais possible en temps et en argent.

Convenablement maniés, les oeufs sont l'un des articles les plus profitables à vendre pour les épiciers, et ceux de qualité supérieure sont si demandés que quand un marchand a la réputation de vendre des oeufs strictement frais il constate que ceux-ci lui attirent une clientèle considérable.

UN IMPOT SUR LES BENEFICES DE GUERRE EN SUEDE

Un décret royal vient d'être publié en Suède établissant un nouvel impôt sur les bénéfices de la guerre. Sont soumis à cet impôt tous les citoyens soumis à l'impôt sur le revenu ordinaire et dont les revenus ont

subi une augmentation minimum de 1,000 couronnes "en raison de la guerre." Une commission spéciale a été constituée par le gouvernement qui sera chargée d'établir les listes des personnes imposables. L'augmentation sera établie sur la moyenne des revenus pendant les années 1913 et 1914.

L'impôt sur les bénéfices de guerre est progressif. Il commence à 12 pour cent sur 1,000 couronnes pour finir à 18 pour cent sur 320,000 couronnes et au-dessus. Ne pourrait-on pas agir de même au Canada pour soulager d'impôts les pauvres gens?

COMMENT LES FEMMES PEUVENT ECONOMISER DE L'ARGENT ET FAIRE FAIRE UN BENEFICE A L'EPICIER

Au lieu d'acheter une pinte de lait pour le mélanger avec sa farine à crêpe afin que celle-ci soit brune, tendre et délicieuse, la ménagère d'aujourd'hui est dispensée de faire cette dépense et de cet ennui quand elle achète la farine à crêpe ou la Farine de Sarrasin de Tante Jemima.

Car le lait frais sous forme de poudre est déjà dans la farine de Tante Jemima, et tout ce que la ménagère a à faire, c'est d'ajouter de l'eau froide à la farine.

Si l'on tient compte du coût du lait on constatera que l'on a presque pour rien le paquet de Farine Tante Jemima.

Ceci est un argument merveilleusement efficace en faveur de la farine de Tante Jemima, maintenant que le coût de la vie est si élevé, et vous constaterez que les femmes vous écouteront tout de suite si vous leur parlez de cela.

TOUJOURS AU PREMIER RANG

Le premier choix de toutes les personnes habiles qui emploient une lime se porte sur une des cinq suivantes :

Kearney & Foot

Great Western

American

Arcade

Globe

FAITES AU CANADA

On les préfère pour leur qualité uniforme, leur balance splendide, leur travail rapide et convenable. Une expérience de cinquante ans les pousse en avant. Une production annuelle de 60,000,000 de limes permet l'application de toutes les méthodes modernes au prix le plus réduit.

La lime qui est la favorite de tous ceux qui font usage de limes doit être celle qui domine dans votre stock. Faites savoir dans votre commerce "qu'elle coûte moins et donne un meilleur usage." Démontrez qu'en écartant toutes limes à moitié usées, elles réduisent le coût du travail de la lime, et font économiser plus que le prix minime d'achat de limes extra.

NICHOLSON FILE COMPANY

PORT HOPE

Agents Partout

Ontario

Notre petite brochure "La Philosophie de la Lime" vous permet facilement de prouver les faits ci-dessus. Ecrivez-nous pour en avoir une copie aujourd'hui et dites-nous quelle est l'importance de votre commerce.

M a i n t e n a n t
T a n t e J e m i m a
donne au consomma-
teur plus de valeur
qu'auparavant



Toute ménagère qui achète la Farine à Crêpe ou la Farine de Sarrasin de Tante Jemima économise le coût du lait qu'elle emploie généralement, parce que le lait frais (sous forme de poudre) est déjà mélangé avec la farine, ce qui épargne de la dépense et des ennuis.

Dites cela à vos Clients

Renseignements Divers

LES MARCHANDS DE LA CAMPAGNE S'ORGANISENT

Les temps difficiles que nous traversons ont montré une fois de plus, aux marchands-détaillants qu'il leur faut s'organiser, s'ils veulent conduire leurs affaires avec succès.

Mardi dernier, 2 novembre courant, avec la collaboration de M. Félix Barrière, délégué de l'Association des Marchands-Détaillants Incorporée, une importante réunion de marchands fut tenue à Valley-Jonction et l'on procéda à l'organisation d'un nouveau bureau provincial de l'Association dans cette partie si commerciale de notre province.

Nombre de marchands assistaient à cette première assemblée et se firent inscrire comme membres de l'Association notamment: MM.

Jos. Gagnon, par Ed. Fournier Saint-Georges
 Chs. Grondin & Fils Saint-Georges Est
 J. A. Roberge Saint-Evariste Station
 Le Syndicat de Saint-Vital Inc. Lambton
 E. J. Turcotte East Broughton
 J. A. Fournier, (Avaré et Nadeau), Beauce Jonction
 J. A. Poulin (P. O. Blériot) Beauce Jonction
 Thomas Dallaire Sainte-Marie
 J. A. Turmelle Sainte-Marie
 Geo. Nadeau Saint-Ephrem
 Roberge Frère Lambton
 Jean Raucourt Soint-Victor Tring
 J. A. Beaudoin & Cie Tring Jonction
 J. L. Jacob Saint-Sébastien
 etc., etc., etc.

Au cours de la semaine prochaine, une grande assemblée d'inauguration rassemblera tous les commerçants de la région et les officiers de cette succursale seront nommés par le vote des assistants.

Nous souhaitons donc bonne chance à ce nouveau groupement de marchands et nous sommes persuadés qu'ils tireront de gros avantages de leur union, à condition qu'ils soient patients et tenaces.

LA BANQUE MOLSON

Dans une autre partie de ce journal, on trouvera le soixantième rapport annuel de la Banque Molson. En jetant un coup d'oeil sur les chiffres de ce rapport, on pourra se rendre compte de l'état de prospérité de cette importante institution, qui réalise, malgré les temps difficiles traversés, un profit net de \$556,193 pour l'année écoulée. Il faut louer hautement la direction qui a présidé avec tant d'habileté aux destinées de la Banque Molson et qui par sa science des affaires a su la maintenir à une position enviable parmi les établissements financiers du Canada.

LA QUESTION DU REGLEMENT DES DETTES ET CREANCES ENTRE LES PAYS BELLIGERANTS

Depuis quelque temps, la plupart des associations industrielles allemandes ont adressé au gouvernement impérial des pétitions demandant l'organisation d'un système de compensation pour les dettes et créances des sujets allemands dans les pays ennemis. Pour donner satisfaction à cette demande, le Bundesrath (conseil

fédéral) vient d'ordonner l'organisation d'un inventaire des dettes et créances des sujets allemands dans les pays ennemis.

UNE USINE GIGANTESQUE POUR LA FABRICATION DES VIANDES EN ARGENTINE

Le consul général allemand à Buenos-Ayres annonce que la Compagnie "Armour" vient d'ouvrir à Santiago (province de Buenos-Ayres) un nouvel établissement frigorifique où l'on abattra, chaque jour 1,200 boeufs, 2,500 moutons et 1,000 porcs. Cet établissement emploie 1,300 ouvriers. La nouveauté de cette entreprise, c'est le grand nombre de porcs qu'on y abat. Jusqu'à présent, les maisons frigorifiques argentines ne travaillaient presque pas le porc. On espère que cela aidera beaucoup au développement de l'élevage des cochons en Argentine, le maïs, au lieu d'être exporté, pouvant être vendu avec plus de profit à l'intérieur comme nourriture pour les porcs.

LES MATIERES COLORANTES AU JAPON ET LES SUBSIDES DU GOUVERNEMENT

Le Japon, comme les autres pays, dépendait largement de l'Allemagne pour ses matières colorantes et les importations, avant la guerre, s'élevaient annuellement à environ \$3,600,000. Les industries textiles ont été entravées dans leurs travaux et les prix sont montés à des niveaux inconnus jusqu'à ce jour. Le gouvernement s'est interposé en votant une loi, qui a été passée par les deux Chambres, pour l'allocation de subsides aux compagnies fabriquant les couleurs et leurs dérivés, à condition que plus de la moitié des capitaux aient été souscrits par des sujets japonais. Les subsides seront accordés pour une durée de 10 ans et permettront aux compagnies de répartir un dividende annuel de 8 pour cent sur les capitaux versés. Les manufactures de matériel servant à la fabrication de poudres et des explosifs, ainsi que certains produits pharmaceutiques déterminés par ordre impérial, bénéficieront de ces subsides.

IL FAUT VOIR

Le spectacle que nous offre cette semaine le Théâtre Canadien-Français: "Joséphine vendue par ses soeurs." Il est luxueusement monté et est interprété par les meilleurs artistes du genre qu'on ait jamais vus à Montréal.

Théâtre Canadien-Français

SEMAINE DU 8 NOVEMBRE, 1915

Josephine Vendue par ses Soeurs

UNE DELICIEUSE OPERETTE QUI ATTIRERA TOUT MONTREAL
 AVEC

Mmes DORGEVAL, RIVIERE, ROBERVAL, DUBUISSON
 MM. RUDOLF, PELLERIN, DARCY, ROBI

MISE EN SCENE LUXUEUSE

Matinée et soirée tous les jours.

Prix Populaires

TELEPHONE EST 5219

LES ANNONCES PAR AFFICHES

Font appel à 3,000,000 de consommateurs tous les jours



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

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

H. A. WILLIAMS, Gérant, Canadian Poster Co.
EDIFICE DOMINION EXPRESS, MONTREAL.

Plus de 75% de la publicité canadienne est faite par nous. Quoi! Bovril, Baby's Own Soap, Fruit-a-tives, Na-dru-Co., Montserrat, Players Cigarettes, Magic and Adanac, Etc., sont affichés par nous à l'année. : :

LA BANQUE MOLSON

Soixantième Assemblée Annuelle des Actionnaires

La soixantième assemblée annuelle des actionnaires de la Banque Molson a eu lieu dans la salle du bureau de l'Institution, 200 rue Saint-Jacques, à Montréal, le 2 novembre 1915. à 3 heures.

Le président, M. William Molson Macpherson, occupait le fauteuil. Se trouvaient aussi présents: le vice-président, M. S. H. Ewing, MM. George E. Drummond, W. M. Birks, W. A. Black, J. W. Loud, C. E. Spragge, A. Browning, W. H. Evans, A. Piddington, A. D. Fraser, W. B. Blackader, Allen Brown, George Durnford, A. G. Watson, et autres.

RAPPORT ANNUEL DES DIRECTEURS.

Le gérant général, M. E. C. Pratt, lut le rapport annuel comme suit:

Messieurs:—Vos directeurs ont l'honneur de soumettre aux actionnaires le soixantième rapport annuel de la Banque Molson, et l'état de ses finances le 30 septembre 1915.

Les profits nets de l'année, après avoir amplement pourvu aux dettes mauvaises et douteuses, se sont montés à \$556,193.00, dont il a été déduit \$440,000 en dividendes trimestriels au taux habituel de 11 pour cent par année; \$21,452.00 au fonds de pension des officiers; \$25,500 pour taxe de guerre sur la circulation, et \$75,000 ont été mis de côté pour dépréciation en stocks et obligations, laissant une balance de \$61,300 au crédit du compte des profits et pertes.

Il y a eu une augmentation d'environ \$2,000,000 dans les dépôts, qui se chiffrent maintenant à \$38,821,368, mais l'augmentation est dans les dépôts sur lesquels nous payons intérêt. Les dépôts ne portant pas intérêt ont diminué de près de \$500,000.

Comme toutes les autres banques, nous avons enregistré une perte dans la circulation, cette année.

De l'autre côté du bilan: Les prêts qui s'élevant actuellement à \$37,151,973 accusent une diminution de \$270,000 sur ceux d'il y a un an, mais il y a une augmentation de \$1,320,000 en actifs promptement réalisables. Les édifices de la banque son évalués à \$2,014,000, soit une augmentation de \$414,000 sur l'année dernière. Outre un certain nombre de bureaux nécessaires, à la construction desquels nous avons pourvu avant la guerre, ceci comprend l'achat d'une bâtisse magnifique et très nécessaire à Winnipeg, laquelle avait été construite par la Banque des Cantons de l'Est. Cet édifice est particulièrement bien situé et nous a été offert à un prix tel que nous n'avons pas voulu manquer l'occasion de nous assurer un local convenable en cet endroit.

Nous avons ouvert quatre succursales durant l'année: A. Matane, Trois-Pistoles, rue James et Marton, Hamilton, et à Montréal-Ouest.

Comme M. D. McNicoll sera souvent absent de la ville pour raisons de santé, il a démissionné comme directeur. Nous devons nous passer de ses précieux services, mais nous espérons qu'il vivra longtemps afin de jouir d'un repos bien mérité après une vie si active. M. E. J. Chamberlin, président du Grand-Tronc, a été nommé pour remplir la vacance. Ses vastes connaissances du commerce et des affaires du pays nous seront d'un grand secours.

Nous regrettons beaucoup la mort, survenue le 24 du mois dernier, de M. W. H. Draper, surintendant des succursales, qui a servi les intérêts de la banque avec habileté et fidélité pendant plus de trente-six ans. M. E. W. Waud, ci-devant inspecteur, a été nommé pour lui succéder.

Les auditeurs, MM. George Creak, Lemuel Cushing et Charles A. Hodgson, dont le rapport vient à la suite de notre bilan, se présentent encore à l'élection de cette année.

Comme d'habitude toutes les succursales de la banque ont été soigneusement inspectées durant l'année, et c'est avec plaisir que je rends hommage au zèle et à la compétence de notre personnel.

WM. MOLSON MACPHERSON,

President.

BILAN.

des affaires de la Banque Molson au 30 septembre 1915.

PASSIF

Capital payé	\$ 4,000,000.00
Fonds de réserve	\$ 4,800,000.00
Compte de profits et pertes	61,300.32
140ième dividende pour le trimestre à	
11 pour cent par année	110,000.00
Dividendes non réclamés	794.25
	<hr/>
	4,972,094.57

Billets de la banque en circulation	3,519,155.00
Dépôts ne portant pas intérêt	5,040,010.68
Dépôts portant intérêt, y compris l'intérêt accumulé jusqu'à la date du bilan	33,781,358.57
Balances dues aux autres banques au Canada	178,668.63
Balances dues aux banques et banquiers-correspondants du Royaume-Uni et des pays étrangers	263,464.50
Acceptation sur lettres de crédit . .	166,290.33
Passif non compris dans ce qui précède	88,508.04
	<hr/>
	43,037,455.75
	<hr/>
	\$52,009,550.32

ACTIF.

Espèces	\$1,056,854.79
Billets du Dominion	3,467,295.00
	<hr/>
Dépôt au gouvernement du Dominion pour garantir la circulation des billets	4,524,149.79
Billets d'autres banques	190,000.00
Chèques sur d'autres banques	235,566.23
Balances dues par d'autres banques au Canada	1,580,300.38
Balances dues par des banques et correspondants de banque ailleurs qu'au Canada	18,413.87
Garanties des gouvernements fédéral et provinciaux n'excédant pas la valeur du marché	2,010,885.68
Garanties municipales canadiennes et garanties publiques anglaises, étrangères et coloniales, autres que canadiennes	420,017.54
Obligations de chemins de fer et autres, débetures et stocks, n'excédant pas la valeur du marché	1,630,942.74
Prêts à demande et à courte échéance (n'excédant pas 30 jours) au Canada sur obligations, débetures et stocks	1,495,991.77
	<hr/>
Autres prêts et escomptes courants au Canada (moins l'intérêt)	5,302,065.47
	17,408,333.47
Dettes de clients suivant lettres de crédit d'après contrat	31,849,908.09
Immeubles autres que les édifices de la banque	166,290.33
Dettes en souffrance à la perte desquelles il a été pourvu	91,798.39
Edifices de la banque au bureau principal et aux succursales	207,180.00
Hypothèques sur immeubles vendus par la banque	2,014,000.00
Autres actifs non mentionnés ci-dessus	4,970.88
	<hr/>
	267,069.16
	<hr/>
	34,601,216.85
	<hr/>
	\$52,009,550.32

WM. MOLSON MACPHERSON,

President.

EDWARD C. PRATT,

Gérant-Général.

Nous avons vérifié l'argent, les placements et les garanties de la Banque Molson au bureau-chef à Montréal le 30 septembre et aussi à une autre date tel que requis par l'acte des Banques, et nous avons, à différents intervalles, durant l'année, vérifié l'argent et les garanties détenus par quatre autres importantes succursales de la banque.

Nous avons comparé les rapports certifiés de toutes les succursales avec les entrées dans les livres au bureau-chef de la banque au 30 septembre 1915 et avons trouvé qu'ils sont conformes; et toutes les transactions qui sont venues à notre connaissance ont été, d'après notre opinion, en conformité avec les pouvoirs de la banque.

Nous avons obtenu tous les renseignements et toutes les informations nécessaires, et nous déclarons que, dans notre opinion, l'état ci-dessus est fait de façon à donner un aperçu véridique et correct des affaires de la banque à la fermeture des affaires le 30 septembre 1915, suivant les meilleurs renseignements et les explications qui nous ont été donnés, et tels que le démontrent les livres de la banque.

GEORGE CREAK, C.A.

LEMUEL CUSHING, C.A.

CHAS. A. HODGSON, C.A. -

COMPTE DES PROFITS ET PERTES.

Balance au crédit du compte des profits et pertes le 30 septembre 1914	\$ 67,058.44	Approprié comme suit:	
Profits nets de l'année après avoir déduit les frais d'administration, la réserve de l'in-		137ème dividende au taux de 11 p.c.	\$110,000.00
		138ème dividende au taux de 11 p.c.	110,000.00
		139ème dividende au taux de 11 p.c.	110,000.00
		140ème dividende au taux de 11 p.c.	110,000.00
		Contribution au fonds de pension des employés	21,452.00

térêt accru sur les dépôts, le change, et avoir pourvu aux dettes mauvaises et douteuses 556,193.88

Réserve pour dépréciation d'obligations, garanties, etc. 75,000.00
 Taxe de guerre sur circulation 25,500.00
\$561,952.00

Laisant au crédit du compte des profits et pertes, le 30 septembre, 1915 \$ 61,300.32

WM. MOLSON MACPHERSON, President.
 EDWARD C. PRATT, Gérant général.
 Les messieurs suivants ont été réélus au conseil de direction:
 WM. M. BIRKS.
 W. A. BLACK.
 E. J. CHAMBERLIN.
 Wm. Molson MACPHERSON.
 F. W. MOLSON.
 GEO. E. DRUMMOND.
 S. H. EWING.
 A une assemblée subséquente des directeurs M. Wm. Molson Macpherson fut réélu président et M. S. H. Ewing, vice-président, pour l'année suivante.

Table Alphabétique des Annonces

American Pad and Textile Co. 65	Dom. Cannery Co., Ltd., C. G. 10	Lake of the Woods Couvert
Arlington 66	Dominion Wadding 62	Laporte-Martin 3
Assurance Mont-Royal 46	Dontigny, Hector 48	La Prévoyance 47
Atlantic Sugar Refineries 14	Douglas 71-72	La Sauvegarde 46
Aunt Jemima Mills Co. 39	Du Pont Powder 90	Leslie & Co., A. C. 90
Atlas Construction 5	Ecole Polytechnique 16	Lindners 4
Baker & Co. (Walter) 16	Eddy, E. B. Co. 21	Lewis Bros. 82
Banque d'Epargne 62	Esinhart & Evans 46	Liverpool-Manitoba 46
Banque de Montréal 44	Eveleigh & Co. 63	Martin, G. E. 48
Banque d'Hochelega 44	Ewing 71	Martin, P. P. & Cie 59
Banque Nationale 44	Fairbank, N. K. 15	Martin-Senour 86
Banque Molson 44	Fels & Co. 22	Mathieu (Cie J. L.) 8
Banque Molson (Rapport) 42-43	Fontaine, Henri 48	Matthews-Blackwell, Ltd. 18
Banque Provinciale 44	Fortier, Joseph 48	McArthur, A. 90
British Colonial Fire Ass. 47	Gagnon, P.-A. 48	Maxwell Limited 85
Brock (W. R. Co. Ltd.) 61	Garand, Terroux & Cie 48	Metallic Roofing Co. 89
Brandram-Henderson 84	Garneau 53	Molson Breweries 68
Bryant, Dunn & Co. 44	Gillett Co., Ltd. (E. W.) 15	Montbriand, L. R. 48
Brodie & Harvie 16	Gonthier & Midgley 48	Montreal-Canada Ass. Co. 46
Burnett, A. 48	Grand Trunk Railway 19	Montreal Hay 20
C. P. R. 22	Greenshields 50	National Breweries 72
Campbell 67	Gunn, Langlois & Cie. 18	Nicholson File 22
Canada Life Assurance Co. 47	Gurd, Chas. H. 20	Nova Scotia Steel Co. 24
Canada Paint 91	Hall Coal (Geo.) 94	Pink 92
Canada Steamship Lines 48	Hamilton Cotton Co. 94	Prêt Immobilier Limitée 16
Canadian Poster 41	Hébert, L. H. 87	Prévoyants du Canada 46
Canadian Rubber Couvert	Heinz, H. J. Co. 18	Racine 57
Canadian Salt Co. 19	Hiram Walker 75	Rolland & Fils, J. B. 48
Canada Wire and Iron Goods 94	Houde 80	St. Lawrence Sugar Co. 5 et 21
Caron, L. A. 48	Hudon & Orsali 9	Seagram 74
Chaput 13	Hudon Hébert 7	Shiznoha Kan Tea Guild 24
Channel Chemical Co. Ltd. 22	Imperial Tobacco 25	Star Egg Carrier 23
Chipman Holton 55	Imperial Tobacco Couvert	Sun Life of Canada 46
Church & Dwight 18	Jamieson 88	Théâtre Canadien-Français 40
Cie d'Assurance Mutuelle du Commerce 46	Jonas & Cie, H. 11	United Shoe Machinery Co. Ltd. 76
Clark, Wm. 16	Kellogg Cereal 17	Western Ass. Co. 46
Clark, W. Couvert	Lacaille, Gendreau & Cie. 16	West India Company 6
Conors Bros., C. G. 12	Lamontagne Limited 65	Wiser 71
Cottam Bart 48		
Couillard, Auguste 48		
Couvrette Sauriol 20		
Desmarteau, Aelx. 48		
Disston Saw 90		

BANQUE DE MONTREAL

ESTABLIE EN 1817

Capital Payé.....\$16,000,000.00
 Réserve.....16,000,000.00
 Profits non partagés.....1,252,864.00

SIEGE SOCIAL - MONTREAL

BUREAU DES DIRECTEURS:

H. V. MEREDITH, Esq., President.
 R. B. Angus, Esq. E. B. Greenfields, Esq. Sir William McDonald
 Hon. Robt. Mackay, Sir Thos. Shaughnessy, C. R. Hosmer, Esq.
 A. Baumgarten, Esq. K.C.V.O. H.R. Drummond, Esq.
 D. Forbes Angus, Esq. C. B. Gordon, Esq. Wm. McMaster, Esq.

Sir Frederick Williams-Taylor, L.L.D. Gérant-Général.

A. D. Braithwaite, Assistant-Gérant-Général.

C. Sweeney, Supt. pour les succursales de la Colombie-Anglaise
 E. P. Winslow, " " du Nord-Ouest
 F. J. Cockburn, " " de Québec.
 D. R. Clarke, " " des Provinces Mari-

timees et Terre-neuve.
 Succursales dans toutes les principales cités et villes du Canada et
 en Angleterre, les Etats-Unis d'Amérique, Terre-neuve et Mexique.
 seize Succursales dans la ville de Montréal.
 Département d'Épargne dans toutes les Succursales du Canada.

LA BANQUE NATIONALE

FONDEE EN 1860

Capital.....\$2,000,000
 Réserve.....1,800,000

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

Notre bureau de Paris,

14 RUE AUBER,

est très propice aux voyageurs canadiens qui visitent l'Europe.
 Nous effectuons les virements de fonds, les collections, les
 paiements, les crédits commerciaux en Europe, aux Etats-Unis
 et au Canada, aux plus bas taux.

LA BANQUE MOLSONS

Incorporée en 1855

Capital Versé - \$4,000,000

Réserve - 4,800,000

Siège Social - Montréal

96 Succursales dispersées par tout
 le Canada

Tenez-vous au courant de ce qui se passe

Demandez-nous d'ajouter votre nom à notre
 liste d'expédition: vous recevrez chaque jour
 notre lettre sur le marché rédigée en français.

Cela ne vous engage à rien et vous renseigne
 très utilement sur les choses de la Bourse.

BRYANT, DUNN & CO.

84-88 RUE ST-FRANCOIS XAVIER

MEMBRES DU CONSOLIDATED STOCK EXCHANGE DE
NEW YORK.

BANQUE PROVINCIALE

DU CANADA

CAPITAL AUTORISE.....\$2,000,000.00

CAPITAL PAYE ET SURPLUS (au 31 Dec. 1914) \$1,663,900.24

69 Succursales dans les Provinces de Québec, d'Ontario et du
Nouveau Brunswick.

CONSEIL D'ADMINISTRATION:

Président: M. H. LAPORTE, De la maison Laporte, Martin,
Limitée. Administrateur du Crédit Foncier-Franco-Canadien.

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

Vice-Président: TANCREDE BIENVENU, Administrateur Lake
of the Woods Milling Co.M. G. M. BOSWORTH, Vice-President "Canadian Pacific
Railway Co."L'Hon. ALPHONSE RACINE, Conseiller Législatif, Président
de la maison de gros "Alphonse Racine Limitée."

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

M. M. CHEVALIER, Directeur General Credit Foncier Franco-
Canadien.

BUREAU DE CONTROLE

(Commissaires-Censeurs)

Président: Hon. Sir ALEX. LACOSTE, C. R., Ex-Juge en
Chef de la Cour du Banc du Roi.Vice-Président: Docteur E. P. LACHAPPELLE, Administrateur
du Crédit Foncier Franco-Canadien.L'HON. N. PERODEAU N. P. Administrateur Montreal Light,
Heat and Power Co.

BUREAU CHEF

Directeur Gérant Général: M. TANCREDE BIENVENU

Inspecteur: M. M. LAROSE, Secrétaire: A. GIROUX

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

BANQUE D'HOCHELAGA

FONDEE EN 1874

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

Fonds de Réserve.. 3,700,000 Total de l'Actif au-delà de 33,500,000

DIRECTEURS: MM. J. A. Vaillancourt, Ecr., Président;
Hon. F. L. Béique, Vice-Président; A. Turcotte, Ecr.; A. A.
Larocque, Ecr.; E. H. Lemay, Ecr.; Hon. L. M. Wilson; A. W.
Bonner, Ecr.Baudry Leman, Gérant-Général; F. G. Leduc, Gérant; P. A.
Lavallée, Assistant-Gérant; Yvon Lamarre, Inspecteur.

BUREAU PRINCIPAL—95 Rue St-Jacques—MONTREAL

Atwater, 1838 St-Jacques.	Outremont, 1134 Laurier O.
Aylwin, 2214 Ontario Est.	Papineau, 2267 Papineau.
Centre, 272 Ste-Catherine Est.	Pointe St-Charles, 316 Centre.
Delanaudière, 737 Mont-Royal E.	Rachel, coin Cadieux.
DeLorimier, 1126 Mont-Royal E.	St-Denis, 696 St-Denis.
Est, 711 Ste-Catherine Est.	St-Edouard, 2490 St-Hubert.
Fullum, 1298 Ontario Est.	St-Henri, 1835 Notre-Dame O.
Hochelaga, 1671 Ste-Catherine E.	St-Viateur, 191 St-Viateur O.
Longue-Pointe, 4023 Notre-Dame E.	St-Zotique, 3108 Blvd. St-L'rt.
Maisonnette, 545 Ontario, Mais.	Laurier, 1800 Blvd. St-Laurent
Mont-Royal, 1184 St. Denis.	Emard, 77 Blvd. Monk.
N.-D. de Grace, 289 Bd. Décarie.	Verdun, 125 Avenue Church.
Ouest, 629 Notre-Dame O.	Viauville, 67 Notre-Dame, V'vié
	Villeray, 3326 St-Hubert

SUCCURSALES DANS LA PROVINCE DE QUEBEC

Beauharnois, Qué.	Q. (Co. Maskinongé	St-Lambert, Qué.
Berthierville, Qué.	Québec, Qué.	St-Laurent, Qué.
Bordeaux, Qué.	Québec, rue St-Jean, Q	St-Léon, Qué.
Cartierville, Qué.	Ste-Claire, Qué.	St-Martin, Qué.
Charette Mills, Qué	(Co. Dorchester).	St. Paul Abottsford, Q
Chambly, Qué.	St-Cuthbert, Qué.	St-Paul l'Ermite, Que
Farnham, Qué.	(Co. Berthier).	St-Pie de Bagot, Qué.
Granby, Qué.	St-Elséar de Laval, Q	St-Philippe de
Joliette, Qué.	Ste-Genève, Qué.	Laprairie, Qué.
Lachine, Qué.	(Co. Jacques-Cartier	Ste-Prudentienne,
Laprairie, Que.	Ste-Genève	(Co. Shefford).
L'Assomption, Qué.	de Batiscan, Qué	St-Rémi, Qué.
Lanoraie, Qué.	St-Gervais, Qué.	St-Rock de Québec, Q
Longueuil, Qué.	(Co. Bellechasse).	St-Simon de Bagot, Q
Louiseville, Qué.	St-Ignace de Loyola, Q	Ste-Thèle, Qué.
Marienville, Qué.	St-Jacques de Loyola, Q	St-Valérien, Qué.
Mont-Laurier, Qué.	St-Jacques l'Achigan,	St-Vincent de Paul
Notre-Dame de	Qué.	Qué. (Co. Laval).
Trois-Rivières, Q.	St-Jérôme, Qué.	Sherbrooke, Qué
N.D des Victoires,	Ste-Julienne, Qué.	Sorel, Qué.
Pte-aux-Trembles, Q.	Co. Montcalm).	Trois-Rivières, Qué.
Pointe-Claire, Qué.	St-Justin, Que.	Valleyfield, Qué.
Pont. de Maskinongé,	(Co. Maskinongé).	Victoriaville, Qué.
	Ste-Justine de	
	Newton, Qué.	

et plusieurs autres succursales dans l'Ontario et les pro-
 vinces de l'Ouest.

Tout dépôt d'un Dollar ouvre un compte à la Banque
 sur lequel est payé deux fois par année un intérêt au
 taux de 3 p.c. l'an.

FINANCES

PERSPECTIVES DE L'HEURE AMERICAINE

De tous les facteurs de la situation économique d'un pays, la confiance générale est peut-être le plus puissant qui soit.

La peur folle, les appréhensions irraisonnées, les frissons d'épouvante sont rapides comme les effondrements, les paniques qu'ils déterminent. La confiance au contraire dure des mois, se porte sur de longues périodes heureuses. C'est elle qui stimule le crédit, cette grande force qui permet la reprise des affaires et accélère les travaux de reconstruction du marché.

L'observation des phénomènes par quoi se manifeste la vie économique des Etats-Unis, permet de constater que jamais l'optimisme d'un grand peuple, énergique et travailleur, n'a été aussi robuste et aussi fortement motivé. Le grand organisme économique américain est aujourd'hui en pleine convalescence. Il revient par sauts et par bonds, rapides et larges, à sa vie normale, saine et vigoureuse et jeune. Il guérit rapidement de la crise de langueur qu'il subit avant la guerre et du profond abattement que provoqua chez lui pendant un an, le conflit des grandes puissances du monde.

Toutes les forces immenses, toutes les énergies en réserve du peuple américain accélèrent cette guérison. Il est permis de prévoir que le grand organisme sortira plus grand et plus fort de cette crise terrible.

La Bourse, ce baromètre de la vie économique des peuples, subit les premières répercussions en hausse de la reprise des affaires américaines.

Ce que nous observons n'est qu'un commencement, car les commandes de guerre qui le déterminent ne sauront que grandir et se multiplier.

Déjà le président Wilson se préoccupe de la faiblesse militaire des Etats-Unis. Cette semaine il a fait le premier exposé des graves problèmes qui demain s'imposeront à l'attention des hommes d'Etat de Washington. Une conclusion inéluctable et menaçante s'en dégage: la nécessité d'armer les côtes, d'organiser militairement le pays.

En vérité il y a de beaux jours à venir pour les industries de guerre. Il est certain que d'ici à la fin du conflit, elles prendront un développement énorme. Ensuite elles se développeront encore, si les Américains s'arment, hérissent de canons et de forts, leurs côtes et leurs frontières.

Il semble donc qu'en s'engageant à la hausse, en temps opportun, sur les valeurs sérieuses, le spéculateur ait la possibilité facile de faire d'importants bénéfices. Il lui suffira d'opérer avec prudence, de réaliser en temps opportun, quitte à s'engager de nouveau sur chaque réaction caractérisée dont la grande montée sera coupée.

BRYANT, DUNN & COMPANY.

LES DIVIDENDES A TOUCHER

Chicago Great Western. — Dividende de 1 pour cent sur les actions privilégiées, payable le 1er décembre.

Banque de Toronto. — Dividende trimestriel régulier de 2 3/4 pour cent, payable le 1er décembre aux actionnaires inscrits le 12 novembre.

Banque d'Hochelaga. — Dividende trimestriel ré-

gulier de 2 1/4 pour cent, payable le 1er décembre aux actionnaires inscrits le 15 novembre.

Montreal Arena Company. — Dividende de 7 pour cent au capital payé en faveur des actionnaires inscrits le 25 mars dernier.

CE QUE RAPPORTENT LES ACTIONS

	Prix	Div.	P.C.
Bell Telephone	157	8	5.09
Brazilian	54	4	7.40
Can. Cotton, priv.	74	6	8.10
Can. Cement, priv.	91	7	7.09
Pacifique Canadien	191	10	5.23
Détroit	69	6	8.69
Gen. Electric	123	7	5.09
Dom. Coal priv.	99	7	7.07
Dom. Textile	74	6	8.10
Do. priv.	101	7	6.93
Dom. Bridge	233	8	3.43
Halifax Street	160	8	5.00
Illinois priv.	91	6	6.59
Lake of Woods	137	8	5.83
Laurentide	194	8	4.12
Mont. Power	240	10	4.16
Mont. Cotton priv.	99	7	7.07
Minn. & Sault	124	7	5.64
Mackay priv.	80	5	6.25
Do. priv.	66	4	6.06
Ogilvie com.	132	8	6.06
Do. priv.	117	7	5.98
Penmann com.	60	4	6.06
Shawinigan	135	6	4.44
Toronto	111	8	7.20
Twin City	93	6	6.45
Winnipeg Ry.	180	10	5.55

AGENTS DE PUBLICITE CONSULTANTS

M. Walter E. Hardy qui depuis cinq ans est attaché à la maison de gros Marshall Field & Company en qualité d'agent de publicité s'est associé avec M. Roy D. Mack, ancien vice-président de l'une des agences bien connues de publicité de Chicago.

Ces messieurs feront de la publicité aux manufacturiers et distributeurs à qui ils donneront aussi des conseils au sujet des annonces.

M. Hardy, grâce à sa longue expérience dans la publicité pour les nouveautés, possède des connaissances qui le porteront naturellement à consacrer la majeure partie de son activité au placement des produits vendus surtout dans les magasins de nouveautés et à rayons.

L'idée de conseiller les hommes d'affaires est relativement nouvelle; mais déjà, durant les quelques dernières années, des manufacturiers ont constaté qu'il leur était profitable de consulter des hommes très expérimentés dans le placement d'un grand nombre de genres de produits. MM. Mack et Hardy se proposent de développer particulièrement cette partie de leur entreprise et, d'ailleurs, les engagements qu'ils ont obtenus depuis la fondation de leur compagnie — en août dernier — indiquent que la chose sera facile.

Leurs bureaux sont dans l'édifice Harris Trust.

IMPRENABLE

L'Actif dépasse . \$72,000,000
 Les Assurances
 dépassent . . \$250,000,000
 Le Surplus dé-
 passe \$7,000,000

COMPAGNIE D'ASSURANCE
SUN LIFE OF CANADA
 SIÈGE SOCIAL-MONTRÉAL

WESTERN ASSURANCE CO.

Incorporée en 1851
 ACTIF, au-delà de - \$3,000,000.00
 Bureau Principal: TORONTO, Ont.
 W. R. BROCK, Président.
 W. B. MEIKLE,
 Vice-Président et Gérant-Général.
 C. C. FOSTER, Secrétaire.
 Succursale de Montréal:
 61 RUE ST-PIERRE.
 ROBT. BICKERDIKE, Gérant.

l'Assurance Mont-Royal

Compagnie Indépendante (Incendie)
 BUREAUX: EDIFICE LEWIS
 17 Rue St-Jean, Montréal.
 Hon. H.-B. Rainville, Président.
 E. Clément, Jr., Gérant-Général.

ESINHART & EVANS

Courtiers d'Assurance
 — BUREAU —
 EDIFICE LAKE OF THE WOODS
 39 Rue St-Sacrement
 Télépho e Main 553 MONTREAL

COMPAGNIE MONTREAL - CANADA

D'Assurance Contre l'Incendie
 Téléphone Bell Main 5381
 Actif \$557,885.95
 Réserve \$193,071.19
 Autres Valeurs
 passives 20,688.00
 Surplus pour les assurés \$213,759.19
 Surplus pour les assurés \$344,126.76
 Bureau-Chef:
 EDIFICE DULUTH,
 80 rue Notre-Dame Ouest,
 Angle de la rue St-Sulpice,
 MONTREAL.
 Alfred Dufresne,
 Agent Général.

Assurances

LE REVENU DE L'ASSU- RANCE

VS.

L'ASSURANCE PAYABLE EN UNE SEULE SOMME

(Par W.-J. Bell).

Les assureurs qui ont étudié ce sujet attentivement n'ont pas encore eu ou entendu de bons arguments contre le revenu de l'assurance, ou, en d'autres paroles, contre l'assurance payable par versements, tandis que les arguments contre l'assurance payable en une seule somme, sont légers.

Les sympathies d'une femme lui dictèrent sa ligne de conduite.

Au décès du mari, et sur le paiement de son assurance-vie en une seule somme, à sa veuve, sa première pensée (si elle est une femme d'affaires) est comment elle pourrait placer son argent avec sûreté.

Mais comme la plupart de nous le savons, la première pensée de la femme ordinaire, lorsqu'elle a une somme plus considérable que d'habitude en sa possession, sa première pensée n'est pas de penser à son propre avenir, mais plutôt de voir de quelle manière ou de quelle façon elle pourra aider à son fils, à sa fille, à ses parents ou amis, suivant le cas. Le résultat est qu'à la fin de, disons dix ou vingt ans, cette même veuve ayant perdu ou donné tout ce qu'elle possédait doit maintenant gagner sa vie — dans un moment de sa vie où elle est moins dans un état de le faire qu'à tout autre moment de sa vie, et à un moment où son mari avait projeté son indépendance (à elle).

Le placement le plus sûr peut faillir.

Supposons encore que l'argent lui fut laissé en une seule som-

Les Prévoyants du Canada

Assurance fonds de pension

Capital Autorisé. \$500,000.00
 Actif du Fonds de Pen-
 sion, le 30 septembre,
 1915 \$728,681.78

ACHETEZ DES PARTS DES
 PREVOYANTS DU CANADA.

Parce que c'est un placement sans pareil;

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

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

TOTAL de l'actif du Fonds de Pension seulement: \$728,681.78.

ANTONI LESAGE, Gérant-Général.
 BUREAU-CHEF:

Edifice "DOMINION" 126, St-Pierre
 Québec.

BUREAU A MONTREAL:
 Chambre 22, Edifice "La PATRIE";
 X. LESAGE, Gérant.

ASSUREZ-VOUS DANS

La Sauvegarde

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

Siège Social:—Angle des rues Notre-Dame et St-Vincent, Montréal

La Compagnie d'Assurance Mutuelle du Commerce

Contre l'Incendie
 Actif excédant - - \$700,000.00
 DEPOT AU GOUVERNEMENT
 en conformité avec la nouvelle Loi des
 Assurances de Québec, R. Edouard VII,
 Chap. 69.

Bureau-Chef:
 151 rue Girouard St-Hyacinthe.

BUREAU - CHEF

Coin de la Rue Dorchester Ouest
 et l'Avenue Union, MONTREAL
 DIRECTEURS :

J. Gardner Thompson, Président
 et Directeur-Gérant; Lewis
 Laing, Vice-Président et
 Secrétaire; M. Chevalier, Ecr.;
 A. G. Dent, Ecr.; T. J. Drummond,
 Ecr.; John Emo, Ecr.; Sir
 Alexandre Lacoste; Wm. Molson
 Macpherson, Ecr.; J. C. Rimmer,
 Ecr.; Sir Frederick Williams-Taylor,
 L.L.D.



Un Revenu Mensuel Viager.

La garantie d'un tel revenu ferait disparaître la plus grande source d'en-nui. Peu d'hommes sont en état de faire beaucoup d'économies, et ils n'ont pas le moyen de placer des petites sommes d'une façon avantageuse.

LA POLICE DE PENSION MENSUELLE DE LA CANADA LIFE

prend soin de vos économies, vous donne l'avantage des grands pouvoirs de placement et de gain de la compagnie et vous garantit un revenu mensuel viager à partir de 65 ans.

À tout événement 120 paiements mensuels sont garantis, et si vous mourriez avant d'atteindre votre 65^e année les paiements à vos héritiers commencent immédiatement.

On peut faire aussi des arrangements pour la continuation des paiements mensuels à votre épouse; pour la vie, si elle vous survit.

Donnez-nous l'occasion de vous en dire plus long sur ce qui a été fort justement qualifié de

LA POLICE DE PROTECTION PARFAITE.

CANADA LIFE ASSURANCE CO.

TORONTO

Herbert C. COX, Président et Gérant Général.

VOL ASSURANCE COUVRANT LES

MAISONS DE COMMERCE,
RESIDENCES DE VILLE,
RESIDENCES D'ETE.

Accidents, Maladies,
Bris de Glaces,
Automobiles, Attelages,
Responsabilité des patrons
et publique,

Pharmaciens, Médecins,
Garantie de Contrats,
Cautionnements Judi-
ciaires,
Fidélité des employés.

LA PREVOYANCE

160 St-Jacques, Montréal.

TEL., MAIN 1626

J. C GAGNE, Gérant-Général.

me, et la veuve, d'après l'avis d'amis capables et consciencieux, plaça cet argent dans une affaire qui, à ce moment, avait toute l'apparence d'un placement sûr. Il n'y a aucune garantie qu'il en sera ainsi continuellement. Par exemple, supposons qu'un tel placement fut effectué durant l'espace des deux dernières années, avant même la pensée de la guerre actuelle, les résultats anticipés se seraient-ils réalisés?

Dans plusieurs cas, aurait-on pu même revoir l'argent?

Certainement non.

Les veuves ne veulent aucune inquiétude.

Les guerres ne sont pas de rigueur. Heureusement, il y a de grandes exceptions. Néanmoins, les grandes exceptions semblent être la règle dans l'expérience de beaucoup de veuves lorsqu'elles font des placements. Les valeurs baissent fréquemment au lieu de monter, et au lieu d'être constamment inquiète, n'aurait-il pas mieux valu pour une veuve d'avoir un petit revenu certain pour un nombre d'années spécifiées ou pour la vie, au lieu d'être embarrassée avec les placements de quelque nature que ce soit?

Un autre avantage

Et plus que cela, à même ce qu'elle est certaine de recevoir, chaque année, d'un revenu de son assurance, la veuve éclairée fera immédiatement un petit sacrifice, en se privant de certaines choses afin quelle puisse payer pour une police à dotation sur sa propre vie; laquelle, lorsqu'elle sera rendue à maturité, la mettra pratiquement à l'abri du besoin pour le reste de sa vie.

L'assurance-vie est plus sûre que les banques.

On a dit et démontré que les banques sont sujettes à la faillite et qu'il y en a qui faillissent; les compagnies d'assurance-vie, en tant que les détenteurs de police sont concernés, ne peuvent et ne faillissent point.

L'idée de presque chaque fille et garçon, depuis leur plus tendre enfance, depuis le moment où ils prirent leur premier dollar dans leur banque minuscule pour la déposer dans la grande et vraie banque, a été imprégnée de la grande sûreté de la banque, et quand ils continuent à grandir, à moins qu'ils ne soient instruits des mérites et de la stabilité des compagnies d'assurance-vie, ils se réveillent tranquillement et se font à l'idée qu'il y a des endroits plus sûrs où déposer ou placer son argent ailleurs que dans les banques.

Sous la surveillance du Gouvernement.

Il est difficile de nous enlever de l'esprit, lorsque nous atteignons l'âge mûr, les histoires que nous avons acceptées comme vraies dans notre jeunesse.

On ne nous a pas dit dans notre jeunesse que les compagnies d'assurance-vie sont obligées par le gouvernement de placer les fonds que nous leur confions dans des placements désignés par le gouvernement lui-même et sujet à l'inspection régulière des officiers du gouvernement. On ne nous a pas dit, non plus, que l'absence de telle inspection du gouvernement, non seulement rendait possible, mais encourageait, par de mauvaises méthodes d'affaires, la ruine d'autres institutions financières.

BRITISH COLONIAL

FIRE INSURANCE COMPANY

EDIFICE ROYAL, 2 PLACE D'ARMES, MONTREAL

CAPITAL AUTORISE, \$2,000,000

CAPITAL SOUSCRIT, \$1,000,000

Agents demandés pour les districts non représentés

Maison Fondée en 1870
AUGUSTE COUILLARD

IMPORTATEUR DE
Ferrerrie et Quincaillerie, Verres
à Vitres, Peintures, etc.
Spécialité: Poêles de toutes sortes
Nos. 232 à 239 rue St-Paul
Voutes 12 et 14 St-Amable, MONTREAL

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

L. A. CARON, Téléphone Bell
Comptable Licencié

Institut des Comptables et Auditeurs de la Province de Québec,
48, Notre-Dame O., Montréal.

PAIN POUR OISEAU est le "Cotan 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.

ALEX. DESMARTEAU

Comptable Auditeur
SPECIALITE: Liquidation de Faillites
Compromis Effectués.
54, 60, RUE NOTRE-DAME Est,
MONTREAL.

Hotel St-Maurice

Hôtel des Voyageurs
HECTOR DONTIGNY, Prop.

Chambres de première classe et
Salles d'Echantillons
GRAND'MERE, P.Q.



**PRENEZ LA VOIE FLUVIALE
LIGNE MONTREAL-QUEBEC**

Service quotidien, dimanche excepté,
à partir de Montréal à 7 hrs, p.m.

LIGNE DU SAGUENAY

Les Steamers partent de Québec le mardi et le samedi, à 8 hrs, a.m.

**SERVICE DE LA COTE NORD—ILE DU
PRINCE-EDOUARD—PICTOU**

Le Steamer "Cascapedia" part de Montréal un jeudi sur deux.
Vous pouvez obtenir des renseignements complets au sujet des nombreux voyages intéressants sur le lac et le fleuve en vous adressant à la

CANADA STEAMSHIP LINES LIMITED

9-11 Square Victoria, Montréal.

La sûreté de la Police de Revenu.

Voilà pourquoi, lorsque la veuve d'un assuré réalise que son mari, par une police de revenu, avait placé son argent pour elle, avant sa mort, dans une compagnie d'assurance-vie, et avait tout préparé pour prendre soin de ses intérêts, malgré elle, et son bon coeur pour les autres, elle sait alors ce que fut la plus noble dévotion de sa part.

Elle bannit la spéculation.

Règle générale, les femmes sont nées joueuses, et après la mort d'un mari, lorsque les propositions sont offertes sous des aspects alléchants, démontrant tout l'argent qu'elle pourrait faire, avec un petit placement, la tentation est dans beaucoup de cas trop forte pour résister. Et quoique quelquefois ces propositions peuvent être telles que représentées, combien de fois, hélas! le contraire arrive-t-il. Dans tous les cas, il y a toujours l'élément de chance qui, quand il s'agit de la vie future d'une femme, ne devrait jamais être considéré.

Pour la femme individuellement, pour la nation entière, la sûreté de son entretien est une question sérieuse, son bien-être peut être le plus avantageusement et le plus facilement donné, dans mon humble opinion, en faisant application pour des polices d'assurance de revenu, dans lesquelles elle sera nommée bénéficiaire.

LOI LACOMBE

Déposants	Employeurs
H. Moraites	Alhambra Co.
Athtur Provost	M. S. R. Co.
Firmus Bouchard	Dominion Wire Co
Albert Raza	T. Bénard et Fils
Donat Rock	Canadian Vickers
Donat Doré	Gaudry et Frères
Jos. Petit	Louis Thériault
Adélard Paré	Le Gouvern. Provincial

JOSEPH FORTIER

Fabricant-Papetier

Atelier de Réglure, Reliure, Typographie, Relief et Gaufrage. Fabrication de Livres de Compatibilité. Formules et fournitures de Bureau
210 rue NOTRE-DAME OUEST
(Angle de la rue St-Pierre). MONTREAL

GEO. GONTHIER H. E. MIDGLEY
Licencié Inst. Comptable Comptable-Incorporé
GONTHIER & MIDGLEY
Comptables et Auditeurs
103 RUE ST-FRANCOIS-XAVIER, - MONTREAL
Téléphone MAIN 2701-519
Adressetélégraphique - "GONTLEY."

GARAND, TERROUX & CIE
Banquiers et Courtiers

48 rue Notre-Dame Ouest, Montréal

P. A. GAGNON
COMPTABLE LICENCIE

(Chartered Accountant)
Chambres 315, 316, 317, Edifice
Banque Québec.
11 Place d'Armes, MONTREAL.
Téléphone Bell Main 4912.

L. R. MONTBRIAND

Architecte et Mesureur,
230 rue St-André, Montréal.

G. E. MARTIN

Compatble, Liquidateur et
Auditeur

211 Edifice McGill, Montréal

Tél. Main 5126.

OUVERTURE DES CLASSES

Fournitures Classiques, Cahiers d'Exercices, Papier Qualité Supérieure, Papier Ecolier, Blocs-Notes, Papier à Lettres, Boîtes de Papeterie, Plumes, Crayons, Ardoises, Boîtes d'Ecoliers, etc., etc.

Demandes échantillons et prix à

La Cie. J.-B. Rolland & Fils,

53 Rue Saint-Sulpice, MONTREAL.

New Victoria Hotel

H. FONTAINE, Propriétaire
QUEBEC

L'Hôtel des Commis-Voyageurs
Plan Américain. Taux, à partir de \$2.50

ALEXANDER BURNETT

Comptable, Auditeur, Commissaire
pour toutes les Provinces.

Règlement d'affaires de Faillites

Bâtisse Banque des Marchands

Téléphone Bell Main 5500 MONTREAL

LES TRIBUNAUX

JUGEMENTS EN COUR SUPERIEURE — PROVINCE DE QUEBEC

A. Greenfield vs. E. Pappelbaum, St-Jérôme, \$117.
 Ada Brown vs. Wm. Stuart, Longueuil, \$102.
 W. Jetté vs. C. Marquette, Montréal, Raoul Larivé, N.P., Outremont, et J. B. Dupré, Ferme-Rouge, \$3,128.
 Dorothé Locke Hyde vs. Geo. H. Chandler, Saint-Lambert, \$120.
 Laporte, Martin Ltée vs. Arthur Clermont, Maisonneuve, \$573.
 E. Gagnon vs. Jos. Lalonde, Richelieu, \$279.
 V. Lebeau vs. Nap. Robitaille, Saint-Laurent, \$252.
 Jos. Roy vs. L. Lalonde, Valleyfield, \$210.
 Provincial Fire Ins. Co. vs. B. Rousse, et Dorothé Rousse, Dorval, \$170.
 W. A. Handfield vs. W. H. Taylor, St-Georges, et A. Fortin, Montréal, \$577.
 J. A. Brien vs. J. A. Authier, Valcourt, \$278.
 Int. Varnish Co. Ltd. vs. Nap. Robitaille, Saint-Laurent, \$161.
 W. Gray and Sons Campbell Ltd. vs. Société des Constructeurs Mécaniciens, Chicoutimi, \$129.
 H. Cousineau vs. J. Dorais, Saint-Laurent, \$7,245.
 J. Hogue vs. Rose Saint-Germain et vir et Mme Léon Lépine, Outremont, \$189.
 P. Léonard vs. P. A. Dubord, et W. A. Catton, Outremont, \$2,668.

ACTIONS EN COUR SUPERIEURE. — PROVINCE DE QUEBEC

Laflamme et Cie vs. Sam. Tafler, Sainte Julie de Verchères, \$145.
 W. Girouard vs. D. McCallum, Maisonneuve, \$129.
 J. A. Oulmet Ltd. vs. Marie Courteau, Mme Jos. Eug. Paquette et J. E. Paquette, Reg., Grand'Mère, \$103.
 Chas. Beauchemin vs. Jos. Hercule Godbout, Terre Haute et Godbout et Dion, Miquelon Siding, \$155.
 Z. Bélanger vs. Albert Chartrand, Cartierville, \$108.
 Pelletier, Létourneau et Co. vs. Josephat Hamelin, Saint-Michel Archange, \$100.
 Elisabeth Wood-Pilon vs. Edward Cavanagh, Westmount, \$11,375.
 Xavier Girouard, vs. E. Monette, Verdun, \$157.
 A.-E. Mallette et Cie vs. Ovila Menard, Saint-Timothée, \$126.
 A. Wittnauer vs. G. A. Brillant, Chandler, \$176.
 Alph. Valliquette vs. Aimé Larivière, Maisonneuve, \$238.
 Zéphirin Bergeron vs. Amédée Larose, Montréal-Sud, 2me classe.
 F. de Sales Bastien vs. Moïse Leroux, Saint-Polycarpe, \$1,446.
 A. Paiement et al. vs. Saint-Catherine Road Land and Co., Ltd., Lachute, \$10,000.
 Jos. Laurier vs. Jos. Lioschritz, Outremont, \$1,450.
 Mary Barton vs. J. J. Gourly, Westmount, \$3,000.
 Ls. Paquette vs. Azarias Taillon, Sault au Récollet, \$100.
 Jos. Vaillancourt vs. Anastasie Gagnon et veuve de Damien Cyr, Sainte-Rose, \$244.

J. M. Orkin and Co., Ltd. vs. Mlle A. Cardinal et Mme J. H. Boyd, Saint-Jean-Chrysostôme, \$401.
 Rock Marien vs. Jos. Desbiens, Annonciation, \$300.
 Cie Immeubles Chambly Bassin vs. Sam. Bigras, Saint-Lambert, \$141.
 Clora Moody-Sasseville vs. Hébert Legris, Paul Lachapelle et Henriette Prizeau, Saint-François de Sales, \$520.
 Hyde and Sons Ltd. vs. J. R. Flynn, Sainte-Agathe des Monts, \$150.
 Jos. Bélisle et Frères vs. Carl Rosenberg, Sainte-Agathe des Monts, \$122.
 Manufacture de chaises de Stanford vs. Patrice Saint-Denis, Sainte-Agathe des Monts, \$120.
 Marie-Louise Pilon vs. Eveline Paquin, Sainte-Agathe des Monts, \$114.
 Albina Choquette-Bigauette vs. Lucien Charbonneau, Sainte-Agathe des Monts, \$2,140.
 Beaudoin, Ltd. vs. Jos. de Montigny, Sainte-Agathe des Monts, \$439.
 Alice M. Mearsbec vs. A. J. Boyd, Sainte-Agathe des Monts, \$459.
 Thos. McMaster vs. Frs. R. Sylvestre, et Elite Hoslery Co., Sainte-Agathe des Monts, \$1,023.
 Beaudoin, Ltd. vs. Wm. A. Fergie, Saint-Lambert, \$332.
 Cie d'Arbitrage de Montréal vs. Solomon Levine, Hyman Levine et Levine Bros., Sainte-Agathe des Monts, \$590.
 Z. Pesant vs. Succession Armand Charon, Laprairie, \$1,800.
 P. Rineau vs. Jos. Roy, La Macaza, \$613.
 M.-Louise Goyer-Paquin vs. Jos. W. Sauvé, Saint-Placide; Georgianna Lambert et Mme G. A. Chevalier, Maisonneuve, \$1,240.
 J. E. Hardy vs. Léo. Lamoureux, Maisonneuve, 4e classe.
 Z. Pesant vs. Pierre Juteau, Sainte-Thérèse de Blainville, \$165.

JUGEMENTS EN COUR DE CIRCUIT. — PROVINCE DE QUEBEC.

Turcotte Frères Ltée vs. Art. Beaudette, Plessisville, \$22.
 Frost and Wood Co. Ltd. vs. Zéphirin Lachapelle, Rawdon, \$12.
 Hodgson Summer Co. Lt. vs. Jean Rhéaume, Verchères, \$24.
 The Jas. Robertson Co. Ltd. vs. Alex. Gosselin, Eastman, \$64.
 The Bellevue Electric Co. vs. L. A. Krigbaum, Westmount, \$31.
 C. A. Raymond vs. Ovila Laurin, Saint-Léonard Port Maurice, \$10.
 J. A. Vaillancourt vs. Raoul Plamondon, Longueuil, \$19.
 E. Major vs. Aldéric Lamey, Maisonneuve, \$25.
 H. Sabourin et Cie vs. Pierre Guillette, Jr., Bedford, \$30.
 P. Charest vs. H. Wittingham, Outremont, \$18.
 A. R. Moïssy vs. Delphis Gingras, Longueuil, \$24.
 Wm. Gag and Sons vs. J. A. Dewar, Harrington, \$30.
 C. Lord vs. E. A. Todd, Sr., Longueuil, \$48.
 M. Moody and Sons vs. Aldéric Lafrance, Sainte-Brigide, \$54.
 Pure Food Supply Co. vs. Andrew Borwick, Verdun, \$14.

I. Leroux vs. H. Laurencelle, Longueuil, \$15.
 L. Lonlin vs. Alfred Lefebvre, Rigaud, \$37.
 W. Vaillancourt vs. Ed. Charest, Richelieu, \$85.
 J. Cole vs. A. Senécal, Maisonneuve, \$65.
 C. Clarke vs. Lulu P. Rugg, Maisonneuve, \$99.
 J. C. Beaudoin vs. J. A. Coderre, St-Lin, \$24.
 L. J. Landry vs. A. H. Wallace, Montréal Sud, \$18.
 Frank Lévasseur and Co. Ltd., vs. Cie Hydraulique du Lac Saint-Jean, Ltée., Hébertville, \$65.
 Dame L. G. Marsh et vis vs. E. Lacombe, Saint-Etienne des Grés, \$30.
 L. Gravel vs. M. Soucy, Sainte-Flore, \$40.
 Dame K. Simpson et vir vs. W. B. Wyllie, Outremont, \$25.
 Ville d'Outremont vs. P. McNabb Ross, Outremont, \$76.
 Le Comptoir d'Importations Ltée. vs. A. Wolfer, Lachine, \$40.
 W. Paterson vs. J. Soplus, Lachine, \$52.
 P. A. Lésperance vs. C. Klittner, Arnprior, \$11.
 Frost and Wood Co., Ltd. vs. David Tremblay, Eastman, \$12.
 Frost and Wood Co., Ltd. vs. Ls. Charette, Saint-Zénon, \$30.
 M. Moody and Sons vs. Alex. Vendetti, Val Morin, \$10.

LA CONSTRUCTION

PERMIS DE REPARATION

Semaine du 23-30 octobre.

Rue Coloniale, quartier Saint-Louis; 1 maison, 1 logement, 2 étages, 2e classe; coût prob. \$100. Propriétaire, Cadikly Thos., 724 Cadieux.

26 rue Saint-Pierre, quartier Ouest; 1 entrepôt, 1 maison, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$1,000. Propriétaires, Les R.R. S.S. Grises, Guy.

874 rue Saint-Denis, quartier Saint-Jean-Baptiste; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$200. Propriétaire, René Emond, 83 Craig.

151 rue Papineau, quartier Saint-Denis; 1 écurie, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$35. Propriétaire, S. Maxman, 2499 Papineau.

Rue Hadley, quartier Emard; 1 magasin, 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$200. Propriétaire, N. Beaudin, 208 Devilliers.

Rue Alma, quartier Laurier; 1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$150. Propriétaire, Ant. Beauséjour, 797 Alma.

Rue Dorothy, quartier Emard; 1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$200. Propriétaire, N. Levac, 43 Dorothy.

Rue Rachel, quartier Saint-Jean-Baptiste; 1 écurie, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$25. Propriétaire, E. Leclair, 112 Rachel Est.

Rue Saint-Christophe, quartier Lafontaine; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$1,000. Propriétaire, A. Bissonnette, 413 Ontario Est.

Dernières Nouvelles pour les Acheteurs

**-- Plusieurs conseils opportuns pour les --
marchands qui veulent acheter avec sagesse.**

POUR la première fois depuis nombre d'années notre acheteur du rayon des Laines a trouvé nécessaire d'aller en Angleterre trois mois plus tôt que de coutume, parce qu'il est excessivement difficile de se procurer des marchandises et que les manufacturiers sont très en arrière pour leurs livraisons. Là-bas les manufactures sont fort occupées pour remplir les contrats du gouvernement et il est très difficile d'en obtenir des articles destinés à être vendus sur notre marché.

Nous sommes heureux d'avoir encore dans notre rayon des laines un bon assortiment d'étoffes à vêtements de tous les nouveaux tissus, draps couverte blancs pour manteaux de sport, nouvelle imitation de fourrure blanche pour vêtements d'enfants, doublures de tous tissus et couleurs et canevas noir, blanc et de couleur naturelle.

Nous attirons particulièrement votre attention sur les Peluches de fantaisie dans les nouvelles nuances: Carrare, Battlegrey et Pickanniny qui sont très demandées ainsi que des couleurs modèles qui produisent l'effet attrayant du "seal". Nous avons aussi un assortiment de tissus carreautes et rayés de diverses qualités, très populaires cette saison.

PETITS OBJETS

Tous les genres de petits objets sont difficiles à acheter. Il y a six mois nous prévoyions la hausse des articles de toutes descriptions en métal. Maintenant les prix de ces articles montent rapidement, et cette question de prix n'est plus rien auprès de la difficulté de se faire livrer les articles dont on a besoin. Nous constatons que la plupart de nos clients ne se sont pas précautionnés en vue de la hausse énorme qui a eu lieu, parce qu'ils s'attendaient à ce que nous soyions en état de leur fournir ce qu'ils demanderaient, aux anciens prix. Nous serions heureux de le faire, mais nos clients les plus importants qui connaissent mieux la situation actuelle nous donnent continuellement des commandes aux prix en vigueur, ce qui nous empêche presque de garder le moindre stock. Nous avons, cependant, deux lignes spéciales sur lesquelles nous attirons votre attention:

No. 1.—Un solide Sac à Main avec bourse et miroir, fait en cuir de trois différentes sortes de grains, "seal crepe" et grain français, avec monture de qualité extra. Cette ligne est la meilleure valeur qu'il y ait sur le marché et son prix est bas: \$6.50 la douzaine.

No. 2.—Notre sac bien connu de \$4.50, quatre modèles. Cette ligne représente une valeur spéciale et nous en recevons constamment des renouvellements de commandes. Faites-en le principal article de votre rayon de petits objets.

SOIRIES

La grande demande de Corduroys (velours de coton à côtes) et de Velours se maintient toujours et il est très difficile d'obtenir un approvisionnement suffisant de ces marchandises.

Les lignes suivantes sont des Marchandises du Printemps dont nos voyageurs ont des échantillons. Vous constaterez qu'elles se vendent très bien. Nous vous conseillons de donner votre commande aussi tôt que possible.

Popeline Crêpe Lumineux,
Crêpe Onduline,
Faille Française,
Crêpe de Chine,
Taffetas Radium,
Paillette de Couleur,

Satins de Couleur,
Bengalines de Couleur,
Bengaline de Soie et de
Laine de Couleur,
Taffetas Chiffon Noir et de
Couleur.

ETOFFES A ROBES

La demande d'étoffes à robes continue d'être très active. Nous avons encore un bon stock d'Étoffes à Robes de Priestleys qui sont reconnues comme matériaux à robes de la plus haute qualité.

Pour le Printemps prochain nous avons une ligne nouvelle en stock: les Étoffes à Costumes Palm Beach. Celles-ci seront très demandées. Nous vous prions de voir les échantillons que possèdent nos voyageurs et de donner vos commandes le plus tôt possible. Les Serges et les Gabardines se vendent en grande quantité, chez nous, actuellement.

Publicité fournie gratuitement sur demande.

DENTELLE

Les fabricants de dentelle font particulièrement des modèles de motifs de volants "shadow" sur filet, en noir, blanc et crème et des modèles de motifs de brindilles sur voile blanc et crème. Nous exhibons notre assortiment de ces nouveautés en dentelles pour 1916, ainsi que des Collets Orientaux en Dentelle blanche, crème et noire et un vaste assortiment d'Élégantes dentelles Valenciennes. Volles 40" pour blouses, fond ombré, crème et noir. Nous avons aussi en stock de la guipure à bordure, très populaire, en blanc, crème et noir, du Crêpe Georgette et Ninon.

COUVERTURES

Le prix des couvertures augmente. Nous nous attendons à ce que des prix plus élevés soient cotés pour les couvertures de tous genres, très prochainement, vu l'énorme quantité des commandes du gouvernement: la production des fabriques est entièrement retenue et il est très difficile d'obtenir des livraisons. Nous avons fait un achat spécial de 2,000 paires de couvertures grises de 5, 6, 7 et 8 livres, respectivement. Nous vous faisons un prix spécial pour écouler tout ce lot à 30c. la livre. Nous avons d'autres gris de 27½ à 60c. la livre.

Couvertures blanches. — Tous les prix en stock, depuis \$2.50 jusqu'à \$17.50 la paire.

Confortables garnis en coton, de \$12 à \$23.50 la douzaine.

Confortables garnis en duvet, de \$3.50 à \$25.00 chaque.

Courtes-pointes blanches "Honeycomb" et en satin. Nous avons un bel assortiment de tissus à rideaux (scrims), dont nous enverrons des échantillons sur demande.

GREENSHIELDS LIMITED

SQUARE VICTORIA, MONTREAL

"Tout ce qui existe en fait de Nouveautés."

Tissus et Nouveautés

Section du "Prix Courant"

Vol. XVII.

MONTREAL, OCTOBRE, 1915

No. 10

CAUSERIE DE LA MODE

Les jupes continuent à se porter larges et courtes, mais la largeur n'a pas besoin de goder. Elle peut consister en plis placés de côté ou devant. Les jupes circulaires à pli rentré ou à rabat devant garni de boutons sont à la mode pour les costumes tailleur simples en tissus anglais, serge, gabardine ou whipcord. La ligne de la taille est accentuée dans les jaquettes. On peut se permettre une grande variété dans la longueur. Seules, les jaquettes très courtes sont absentes des collections de modèles. Il y a une tendance à supprimer la ceinture, sauf sur les jaquettes russes. Les modèles à ceinture se porteront jusqu'à un certain point, mais les ceintures qui se voient ne font le tour du modèle qu'en partie.

COSTUMES TAILLEUR

Les genres pratiques sont préférés pour l'usage courant. Les jaquettes sont taillées à lignes simples et descendent plus bas que les hanches. Toutefois, la mode est suffisamment variée pour répondre aux besoins de tous les types. Les fermetures croisées et effectuées au moyen d'un seul rang de boutons sont autant à la mode l'une que l'autre, et toutes les jaquettes, sauf les modèles très sévères, sont cintrées à la taille et godent ensuite avec beaucoup d'ampleur. Quelques modèles godent davantage, mais seulement pour les costumes habillés. Les jaquettes russes ferment de côté ou devant; elles sont à ceinture tout autour et se terminent par des cols très hauts en velours ou en fourrure.

LES JAQUETTES

La jaquette russe est un des genres qui se voient le plus et tout semble indiquer qu'elle aura énormément de vogue. Elle peut se boutonner au milieu ou de côté, et l'ampleur est disposée dans la ceinture. Très peu de modèles sont blousés. Les jaquettes demi-ajustées, cintrées à la taille, à coutures de chaque côté du devant et du dos, à col d'homme classique, à fermeture s'effectuant au moyen d'un seul rang de boutons, et à poches, sont portées avec les costumes tailleur pour la promenade du matin et les courses. Des coutures cintrées remontant jusqu'aux emmanchures s'emploient sur quelques jaquettes habillées, qui se taillent d'un

seul morceau depuis le cou jusqu'au bas du devant, tandis que les côtés et le dos sont à basque ou à peplum séparé, et forment des godets, ou bien sont à fronce dans le haut. Le peplum peut être droit tout autour, ou bien il peut être découpé, et s'arrondir vers le dos, où il est beaucoup plus long que devant.

A remarquer comme fermeture nouvelle celle qui part du cou au milieu du devant et descend jusqu'à la taille en diagonale; la fermeture proprement dite est invisible. A la taille elle affecte la forme d'un rabat carré qui s'attache au moyen de deux boutons.

LES JUPES

On préfère les genres simples et unis; toutes sont courtes et assez larges. La tresse est la garniture principale, quelques modèles ont des boutons, ou bien une bande de velours, de satin ou de fourrure placée dans le bas. Les jupes circulaires unies, les modèles à lés et à plis — tous sont à la mode; les plis rentrés et les plis de côté s'emploient autant les uns que les autres. Les plis sont disposés en groupes de côté, ou bien au milieu du devant et dans le dos seulement.

COSTUMES DE SPORTS

Les lignes très simples sont ce qu'il y a de plus élégant pour les costumes de sports et ceux pour monter à cheval et une coupe impeccable, une ligne correcte et une exécution parfaite sont indispensables.

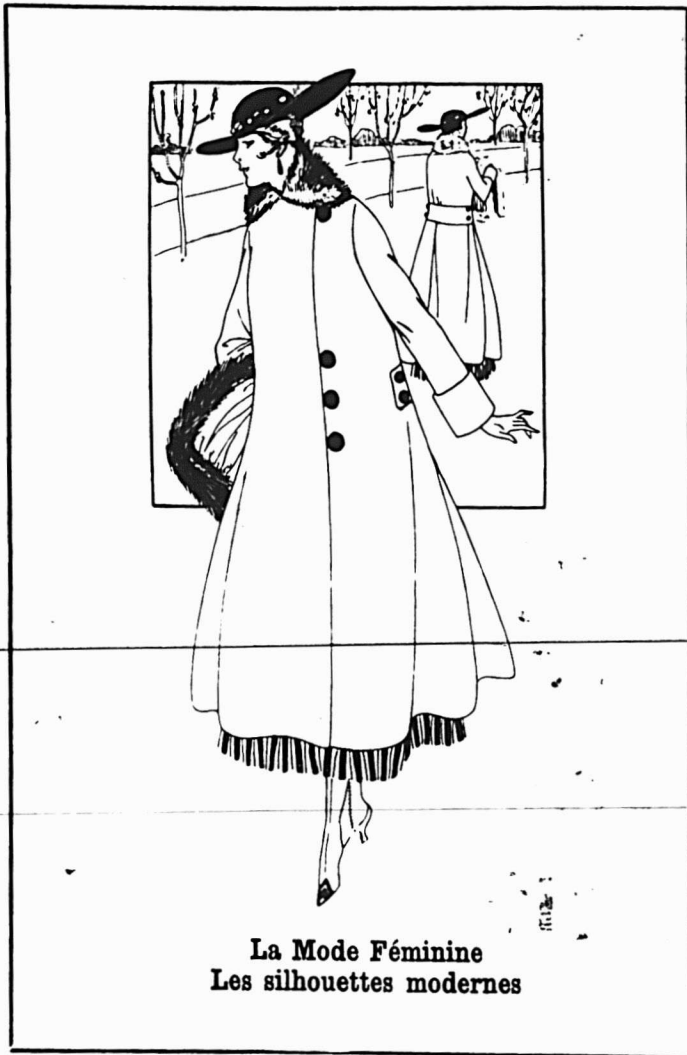
ETOFFES ET COULEURS

La gabardine, les tissus anglais, les serges, le whipcord, le drap et la popeline de laine sont à la mode pour costumes tailleur. Les velours, la duvetine et le tissu "oreille de chat" s'emploient pour les costumes habillés d'après-midi, tandis que pour les manteaux séparés on se sert de mélanges épais anglais ou écossais, de tissus à carreaux, de velours, de peluche de laine, de vigogne et d'imitations de fourrure.

LES MANCHES ET LES COLS

Les manches des jaquettes des costumes tailleur restent classiques comme genre. La manche longue, unie,

assez ajustée, montée dans une emmanchure moyenne, semble convenir le mieux aux jaquettes simples. On commence cependant à parler de certains changements dans les manches, surtout pour les modèles habillés d'après-midi. Il se peut qu'elles soient amples et que l'ampleur soit réunie dans un haut parement. Les cols sont nombreux et très variés comme genre; dans quelques modèles excentriques, on dirait que plus le col est élevé, plus l'effet est chic. Quelques-uns de ces cols ferment de côté et sont en velours ou en fourrure; on voit aussi le haut col militaire en velours. Beaucoup d'entre eux sont taillés de manière à ce qu'ils puissent se porter ouverts ou fermés. Les cols d'hommes se voient sur les jaquettes tailleur très sévères; ils conviennent mieux à ce genre de jaquette.



La Mode Féminine
Les silhouettes modernes

LES COULEURS ET LES GARNITURES

Les nuances foncées dominent, surtout le bleu, dans les nuances marine et bleu de minuit et Amiral; le bronze, l'olive, le vert myrte et russe, le marron, le brun africain et chocolat; le taupe; les nuances Bourgoigne, Bordeaux, murier, prune; le gris brouillard et le gris mulot. On se servira beaucoup de fourrure comme bandes dans le bas des jaquettes et des jupes, ainsi que pour les cols et les parements. Ensuite viendront le velours et la tresse, et les jaquettes habillées seront brodées ou soutachées en même nuance ou en noir.

Section mensuelle de Tissus et Nouveautés

LA MODE PARISIENNE VA SE DEBOCHISER

La couture parisienne s'est aperçue qu'on avait voulu l'égarer et qu'elle s'était laissée faire trop complaisamment.

Nous lisons dans l'"Omnium de la Mode" qu'un Syndicat de Défense s'est formé qui comprend les principaux couturiers français et dont le but est de résister aux influences néfastes, et notamment boches, dont le goût parisien a été l'objet.

M. Paul Poiret le préside, et on l'en félicitera s'il faut voir là une conversion et l'indication qu'il a brûlé ce qu'il a trop adoré. Il n'est jamais trop tard pour abjurer une erreur...

L'"Omnium de la Mode" rapporte les déclarations suivantes de M. Poiret:

"La nouvelle situation créée par la guerre ne nous a pas laissés indifférents. Si l'an dernier les principaux ennemis de la couture parisienne paraissaient être les plagiaires américains, aujourd'hui d'autres se sont dévoilés qui se trouvent au milieu de nous et le syndicat se doit d'être le défenseur des bonnes maisons loyalement françaises contre les intrus. Nous avons donc décidé de nous défendre contre la pénétration allemande dans la haute couture. Et nous voulons atteindre non seulement les maisons sous séquestre, mais aussi celles qui à un titre quelconque ont à notre connaissance des attaches ou des relations suspectes, de même que celles qu'on nous signalera à l'avenir.

"Unis et très puissants, nous espérons bien arriver à des résultats décisifs. Ne pas dévoiler nos moyens d'action me paraît nécessaire.

"Les Chambres syndicales ont pour obligation de se mettre sérieusement à l'oeuvre et l'action de l'"Omnium de la Mode" combinée avec la nôtre permettra, espérons-le, de ne plus avoir à coudoyer tous les métèques de la couture qui n'auront plus qu'une ressource, reprendre le chemin de leur pays avec les millions qu'ils ont su récolter à Paris."

Sans doute, dit la "Renaissance", il est excellent d'éloigner les personnalités suspectes. Mais il n'y a pas que cela: il faut écarter aussi leur "goût" fâcheux et leurs tendances détestables.

Acceptons l'heureux augure de ces bonnes intentions. Après la paix, nous aurons aussi une "renaissance" de la couture parisienne qui, d'avis unanime, a besoin de se ressaisir, de se rectifier, de redevenir elle-même!

LA SOIE JAPONAISE EN RUSSIE

— A la suite d'une convention conclue entre le Japon et la Russie pour le transport de la soie brute par le Transsibérien, l'exportation de la soie japonaise en Russie a pris une extension considérable.

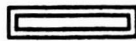
Pendant la période 31 mars 1913 (date de la mise en vigueur de l'entente) - 30 avril 1914, l'exportation s'est élevée à 99.187 kilos. En plus, une grande quantité de soie a été envoyée en Russie pendant le printemps de 1914 par colis postaux. Du 1er mai au 31 décembre 1914, l'exportation s'est élevée à 29,191 kilos. Pendant les premiers 5 mois de l'année courante, l'exportation s'est élevée à 74,994 kilos. (le kilog.: 2 lbs.)

On considère au Japon que le commerce d'exportation de soie brute en Russie a un très grand avenir.

GARNEAU LIMITÉE

Nouveautés en Gros

QUEBEC

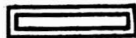


Seuls Agents pour les Serges

“SPHINX”

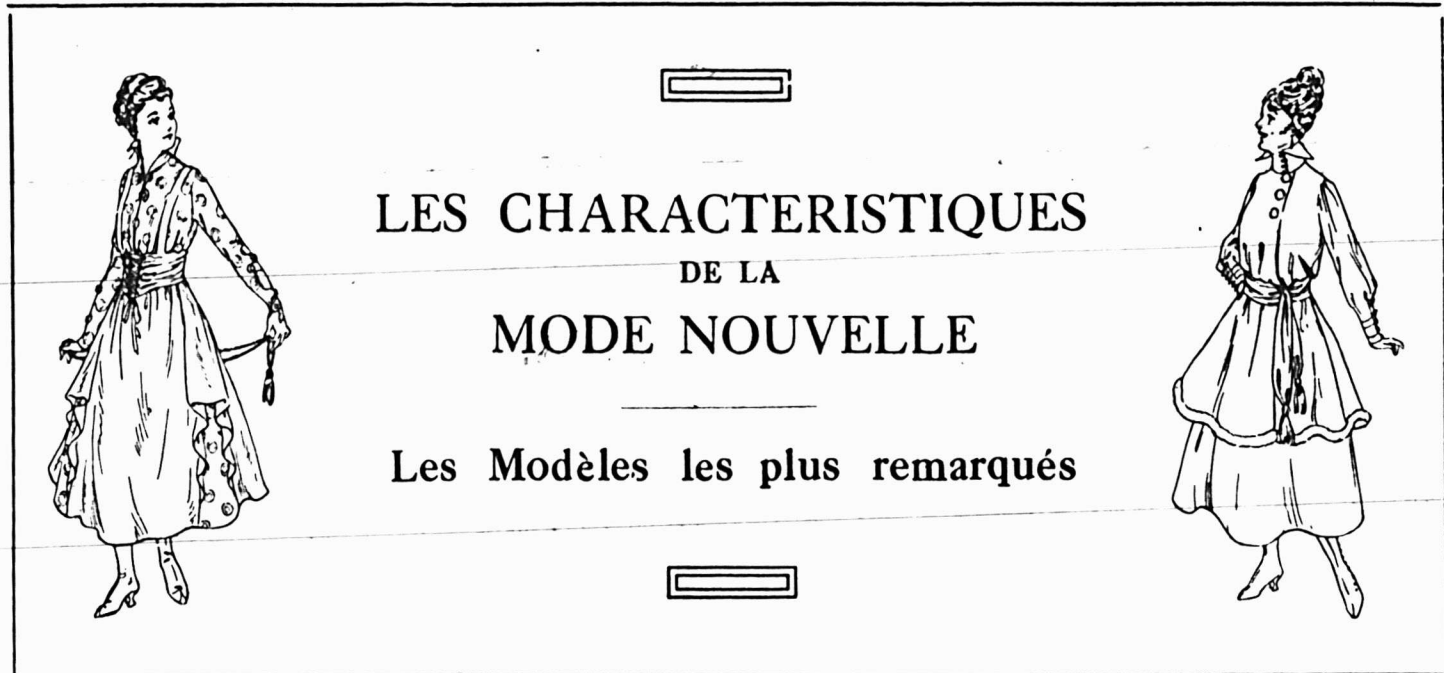
et les Etoffes à Robes

“RENOMMÉE”



Salles d'Echantillons :

MONTREAL, OTTAWA, TROIS-RIVIERES, HALIFAX



Une des vedettes de la mode est représentée par un élégant costume de promenade, modification de la jaquette russe si chic. Fermeture effectuée par un seul rang de boutons se prolongeant jusqu'au haut du col élevé. Ceinture de coupe très originale, en même tissu; le peplum est plissé de côté, avec une bande de velours de chaque côté et dans le dos. Manches ajustées avec étroit parement. La jupe a une partie rabattue devant, des plis de côté, et une bande de velours dans le bas. Du drap taupe avec du velours de nuance plus foncée ferait de ce modèle un costume très chic.

Un costume de sport très chic est celui en tissu anglais gris moucheté de rouge et de noir. La jaquette a un pli rentré au-dessus de la ceinture, de chaque côté du devant; en-dessous se trouve un seul pli. Le devant est en un seul morceau depuis le cou jusqu'au bas; les côtés et le dos sont taillés avec la section corsage et la section jupe séparées; la jointure est dissimulée au moyen d'une ceinture. De grandes poches genre masculin; col d'homme classique; manches unies, garnies de petits boutons en os. Jupe circulaire unie avec une partie rabattue devant, garnie de boutons.

Un joli modèle nous représente la nouvelle jaquette à godets, confectionnée en gabardine bleue-belge. La taille est accentuée et la jaquette taillée de manière à cintrer à cet endroit à partir duquel elle gode avec beaucoup d'ampleur. La fermeture s'effectue au moyen d'un seul rang de boutons et la jupe circulaire a une partie rabattue devant.

On a beaucoup remarqué un élégant costume tailleur, genre sévère, en serge taupe; la jaquette ferme croisée et se termine par un col d'homme et des revers. Les coutures de chaque côté du devant et du dos permettent d'ajuster le modèle et les manches ajustées sont terminées par d'étroits parements rabattus en même tissu. Une jupe circulaire avec pli rentré devant complète le costume.

Un modèle de ce ravissant costume de promenade est confectionné en tissu anglais gris. La jaquette, qui ferme au moyen d'un seul rang de boutons, est légèrement découpée devant; elle est ajustée au moyen de coutures de chaque côté du devant et du dos. Le col d'homme, les manches unies et les poches en font un modèle tailleur sévère. Des plis placés de chaque côté de la jupe lui donnent l'ampleur à la mode.

Nous notons en passant, un costume à jaquette russe très chic, fermant légèrement de côté, avec col en skunk. Elle est à ceinture, placée à la taille même; la section jupe a une bande de skunks qui rappelle le col et les parements. Une pince placée devant à partir du cou ajuste le vêtement et empêche qu'il ne s'affaisse à cet endroit, ce qui arrive quelquefois avec les jaquettes ou les manteaux ayant un devant très large. Un pli rentré se trouve de chaque côté de la jupe. Du drap, du whipcord, de la serge ou du velours conviendront très bien à un modèle de ce genre.

On ne saurait rêver un manteau plus confortable et plus élégant à la fois, pour voyages, auto, ou pour porter par-dessus un costume pour monter à cheval que celui fait en tissu anglais, en mélanges anglais ou écossais, ou en cheviotte, avec un grand col en castor. Les manches raglan ont d'étroits parements rabattus et les devants peuvent être rabattus de manière à former des revers, ou bien peuvent être boutonnés serrés. On voit la nouvelle silhouette dans ce modèle: épaules étroites, mais beaucoup d'ampleur dans le bas.

Très original et très chic pour monter à cheval, le costume en tissu anglais marron. La jaquette, qui ferme croisée, est ajustée au moyen de pinces; elle est à col d'homme et à manches longues et ajustées. Un gilet, que l'on peut faire en drap rouge ou soufre, se voit un peu à la taille, à l'endroit où la jaquette est découpée. La section jupe de la jaquette est circulaire. La jupe est un excellent modèle, qui peut se relever lorsqu'on marche.

Il est pimpant, le petit costume cavalier pour garçonnet, en cheviotte à carreaux blancs et noirs, avec une jaquette Norfolk à ceinture, un minuscule col d'homme et de grandes poches. Les culottes sont pareilles à celles d'une grande personne.

Un élégant costume pour monter à cheval est en drap d'Oxford. La jaquette, fermant par un seul rang de boutons, descend plus bas que les hanches. Elle ferme au moyen de deux boutons, à partir desquels le modèle reste ouvert. Il se termine par un col d'homme et les coutures de chaque côté du devant et du dos lui donnent un aspect ajusté. Les manches sont unies et ajustées.

Un costume qui a attiré beaucoup l'attention est en lainage à carreaux marrons et verts; la jaquette à

BUSTER BROWN STOCKINGS



Les Bas de Buster Brown

Le marchand qui donne satisfaction au public est celui qui conquiert la clientèle. Les bas Buster Brown ont une place assurée dans l'estime de milliers de mères. Leurs splendides qualités de durabilité et leur belle apparence leur ont valu une haute distinction.

NOIR

TAN

DONNEZ VOS COMMANDES A VOTRE MARCHAND EN GROS.

The Chipman-Holton Knitting Co.
Limited

Les plus grands manufacturiers de bas du Canada

HAMILTON

ONTARIO

Manufactures à Hamilton et Welland, Ontario

Seuls agents pour la vente :
E. H. WALSH & CO., TORONTO

Succursales :
MONTREAL ET WINNIPEG

Chaque paire de
par cette

bas est protégée
Marque de Commerce



ceinture est faite dans le genre Norfolk, avec un col d'homme et les pattes disposées à la manière de plis creux. La jupe est taillée comme un modèle divisé, très commode pour monter à cheval.

On ne saurait trop vanter les qualités du très beau costume en drap gris brouillard, à col militaire, longs revers et étroits parements en velours plus foncé. La jaquette est en une seule section devant, tandis que les côtés et le dos sont séparés; la section corsage est assez ajustée et est montée à la section jupe, très ample, sous une étroite ceinture de même étoffe. La jupe est un nouveau modèle: trois plis sont placés de chaque côté des lés de devant et du dos.

On a choisi un fin tissu whipcord vert russe pour établir un élégant costume. La jaquette est ajustée à la taille et forme brusquement des godets. L'effet qui en résulte est celui d'une taille plutôt courte, mais l'ensemble a beaucoup de chic. La jaquette est bordée jo-

apparence ajustée jusqu'à la taille; ensuite, la jaquette gode beaucoup. La jupe est circulaire et unie, avec une bande dans le bas.

Les connaisseurs apprécieront un costume tailleur très chic en serge marron; la jaquette est unie, demi-ajustée au moyen de coutures de chaque côté du devant; elle gode d'une manière modérée dans le bas. Col d'homme et manches longues et ajustées. Une tresse étroite simule des poches de chaque côté et les manches sont garnies de la même tresse. Il en est de même pour la jupe circulaire unie.

Nous nous sommes arrêté avec plaisir devant un costume d'après-midi très chic en duvetine couleur prune; jaquette fermant au moyen d'un seul rang de boutons et au moyen de coutures cintrées à la taille jusqu'à l'emmanchure devant. Trois boutons effectuent la fermeture; la jaquette reste ouverte ensuite. De côté et dans le dos, il y a une section jupe séparée, ou peplum, avec plis. Un pli rentré se trouve au milieu du devant de la jupe.

Malgré sa sévérité on ne saurait nier la gracieuseté d'un costume en drap mûrier, dont la sobriété est relevée au moyen d'un col militaire et de parements rabattus en drap blanc garni de tresse en soie noire. La jaquette ferme très haut; elle est ajustée au moyen de coutures de chaque côté du devant partant des épaules et allant jusqu'au bas. Les manches sont ajustées et des pattes qui croisent et qui sont tenues au moyen d'un bouton, garnissent le côté de la jaquette. La jupe est à plis rentrés.

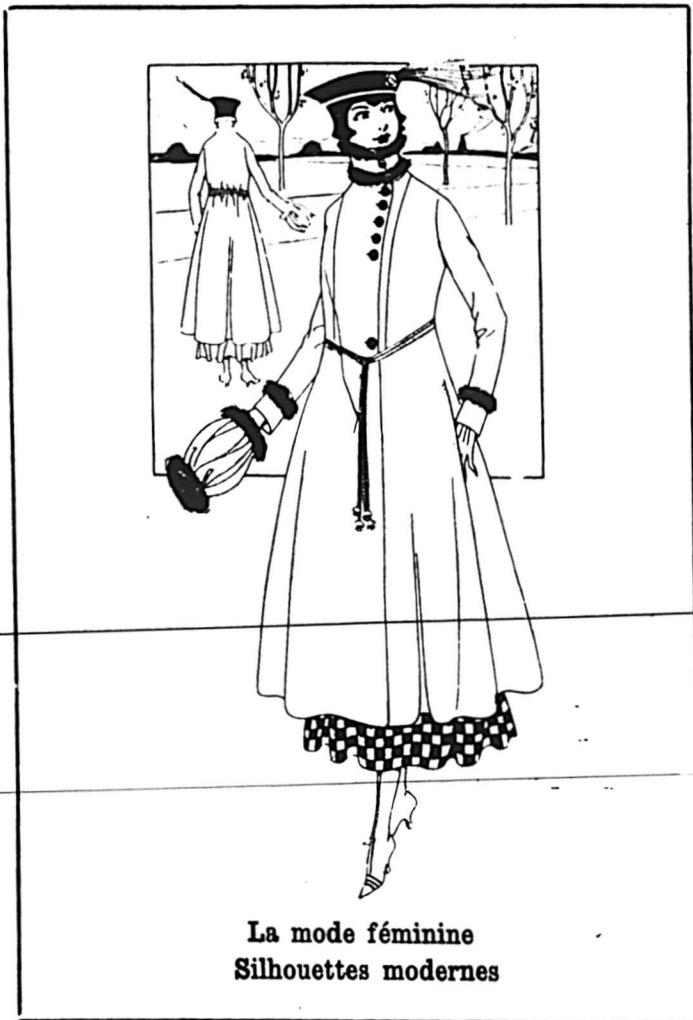
A PROPOS DE TEINTURE

Les Sels de Potasse aux Etats-Unis.

On a déjà signalé les difficultés avec lesquelles l'industrie textile aux Etats-Unis se trouvait aux prises du fait de l'arrêt de l'exportation des sels de potasse venant auparavant d'Allemagne. Celle-ci possédait en effet en cette branche de production un monopole de fait. Le gouvernement des Etats-Unis fait étudier la possibilité de s'affranchir de cette sujétion économique. Une Commission a été constituée en vue de rechercher le moyen d'inaugurer en Amérique la fabrication, par l'emploi des résidus de pétrole, des matières colorantes dont la base est constituée par les sels de potasse.

M. Thomas A. Norton, chef de la Commission, annonce que de bons résultats ont déjà été obtenus et que bientôt l'Amérique pourra produire de grandes quantités de couleurs chimiques. De même en ce qui concerne les sels de potasse, M. T. A. Norton a annoncé qu'un chimiste américain vient de découvrir un procédé nouveau de fabrication de chlorure de potassium avec du feldspath. Etant donné les grands dépôts de feldspath qui se trouvent aux Etats-Unis, la nouvelle découverte permettrait la production en grand des sels de potasse en Amérique.

La mode tient une place prépondérante dans la vie d'une femme et est l'objet de sa constante préoccupation. Les marchands, tailleurs et autres commerçants intéressés dans les affaires de nouveautés, ne devraient pas l'oublier et en profiter pour faire aux passants des suggestions continuelles.



La mode féminine
Silhouettes modernes

liment de tresse noire. La fermeture est croisée et le cou se termine par un petit col et des revers. La jupe est circulaire avec un ourlet à l'endroit terminé dans le haut par une tresse de soie noire pareille à celle de la jaquette.

Notons encore un costume en tissu anglais avec garniture de tresse en soie noire. La fermeture de la jaquette est nouvelle: elle est diagonale à partir du cou, au milieu du devant, jusqu'au côté, et continue ensuite droite jusqu'à la taille, à la manière d'un rabat carré; la ligne diagonale est accentuée au moyen d'un rang de tresse. Le col est haut et rabattu, et garni de tresse. Les coutures de côté donnent au modèle une

Système

Energie

Rapidité

Variété

Industrie

Coopération

Efficacité

Renommée

Attention

Courtoisie

Intérêt

Nouvelles Idées

Enthousiasme

PRINTEMPS **Les Marchands** PRINTEMPS
1916 1916

QUI CHERCHENT

Les Marchandises Parfaites

EN FAIT

d'articles principaux et de fantaisie dans

LES NOUVEAUTES,
LES ARTICLES POUR HOMMES,
LES FOURNITURES DE MAISONS,
LES CONFECTIONS.

DEVRAIENT S'ADRESSER A LA MAISON

Alphonse Racine, Limitée

Fabricants et Négociants de Nouveautés

60 RUE ST-PAUL OUEST, MONTREAL.

Le Service Racine

Donné par

Les Voyageurs, le Dépt. des Commandes
par la Poste et les Commis-Vendeurs
au Magasin

VOUS PLAIRA ET VOUS SERA PROFITABLE.

SALLES D'ECHANTILLONS, SUCCURSALES A

OTTAWA, QUEBEC, SHERBROOKE,
111 Rue Sparks, 68 Rue de l'Eglise, Edifice McCord,
SYDNEY, C.B., SUMMERSIDE, I.P.E.

Section mensuelle de Tissus et Nouveautés

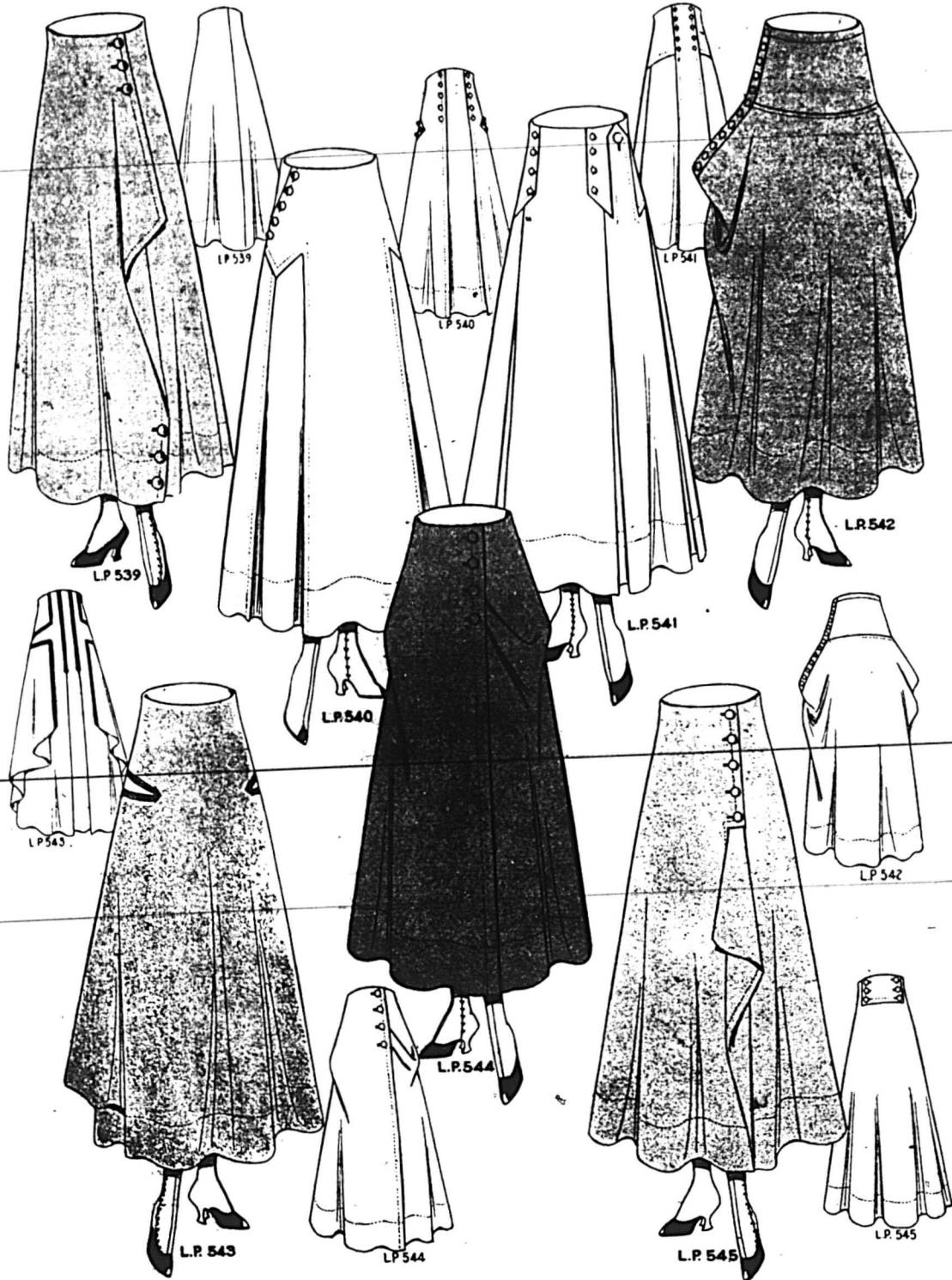
NOUVELLES IDEES DE JUPES

Toutes les grandes maisons ont présenté des modèles originaux et d'un grand effet dans ces lignes. Un modèle de Martial et Armand, en faille gris-vert est coupé avec des pointes cousues en biais piquées sur le côté droit, les bords des coutures en largeurs graduées formant des panneaux. Quoique mesurant plusieurs verges à la base, ce modèle est coupé de telle manière qu'il donne une allure de sveltesse aux hanches.

Un modèle de Paquin a aussi une jupe mesurant 10 verges à la base. Elle est développée en taffetas vieux bleu chatoyant. Bien que faite en ruche et soufflée et même cordée sur les hanches, cette jupe donne une ligne très seyante au corps.

L'apparence gracieuse et svelte

Tel est le point qu'ont eu en vue tous les dessinateurs.



La Maison Jenny a lancé une jupe qui bien que mesurant plus de dix verges à la base n'en est pas moins d'une apparence élancée surprenante. Le modèle dénommé "Tour de valse" est fait en chiffon blanc. La jupe a une bande de 18 pouces en satin couleur maïs. Le corsage est fait de dentelle crème foncée. La tunique longue atteint plusieurs pouces au-dessous des genoux.

Comment fournir la plus grande somme d'ampleur et cependant maintenir une ligne de grâce et de sveltesse? "La femme américaine ne portera jamais quelque chose qui puisse lui grossir les hanches", tel fut le refrain des acheteurs de notre continent et les dessinateurs ont répondu à ce besoin de la manière la plus ingénieuse.

Lettres aux Marchands de Nouveautés

PRINTEMPS 1916

Monsieur le Marchand,

Nos voyageurs se sont mis en route avec les échantillons les plus complets de Nouveautés pour le commerce du printemps prochain. Ils passeront vous voir et nous vous engageons à consulter leur assortiment, car vous en tirerez grand profit.

Vos tout dévoués,

P. P. MARTIN & CIE, Limitée.

POUR LES FETES

Monsieur le Marchand,

Nous vous recommandons tout spécialement de vous approvisionner dès maintenant des articles de parfumerie qui seront en grosse demande au moment des fêtes de la Noël et du Jour de l'An. Dans cette ligne nous avons un stock excessivement bien assorti, et dont la qualité est universellement reconnue, puisqu'il est composé des célèbres marques: Roger Gallet, et Pivert.

Ne manquez pas de nous écrire à ce sujet.

Vos tout dévoués,

P. P. MARTIN & CIE, Limitée.

COMMERCE DE JANVIER

M. le Marchand,

Nul d'entre vous n'ignore que le commerce d'articles de coton blanc pour lingerie, se fait en janvier, tout de suite après les fêtes. Soyez donc attentif à votre approvisionnement et ne tardez pas à commander ce dont vous manquez. Notre Département de lingerie de coton, dentelles et broderies, lingerie de dame, etc., est des mieux garnis, vous y trouverez, sur simple demande par lettre, tout ce dont vous avez besoin. N'hésitez pas à nous demander des renseignements.

Vos tout dévoués,

P. P. MARTIN & CIE, Limitée.

COMMANDES PAR LETTRES

M. le Marchand,

Il vous arrive souvent d'avoir besoin de tel ou tel article, mais il vous est impossible de venir à la ville faire cet achat. Dans ce cas, écrivez-nous en toute confiance, nous vous servirons au mieux de vos intérêts et vous garantissons pleine satisfaction.

Nous apportons un soin particulier à remplir les ordres reçus par lettre et pour prouver notre désir de vous satisfaire, nous vous reprendrons les articles qui ne répondraient pas à votre désir.

Ecrivez-nous donc chaque fois que vous avez besoin de quelque chose, si vous ne pouvez venir nous voir.

Vos tout dévoués,

P. P. MARTIN & CIE, Limitée.

P. P. MARTIN & CIE, LIMITEE

Téléphone: Main 6730

Fondée en 1845

50 RUE ST-PAUL OUEST, MONTREAL

—SALLE D'ECHANTILLONS A—

QUEBEC, 7 rue Charest - - - TROIS-RIVIERES, 82 rue Royale

Section mensuelle de Tissus et Nouveautés

LES COSTUMES D'AUTOMNE ET D'HIVER

LA RARETE DES GARNITURES DE FOURRURES ET DES VELOURS EST UNE CAUSE DE RETARD DANS LES ENVOIS

Les manufacturiers de costumes sont très affectés par la rareté des garnitures de fourrures et des velours de coton et ils éprouvent de grosses difficultés à remplir leurs ordres promptement.

Il y a aussi beaucoup de difficultés à se procurer les couleurs désirables dans quelques-unes des étoffes les plus populaires.

LES GARNITURES DE FOURRURES

La vogue pour la fourrure semble croître à mesure qu'avance la saison. Les garnitures de fourrures de toutes espèces sont employées dans les costumes des meilleures qualités, la préférence se manifestant en faveur du seal, de la taupe, du castor et du skunk. Dans les costumes de prix populaires l'écureuil et le skunk-opossum sont employés très largement.

La fourrure ne figure pas seulement sur les costumes et manteaux, mais aussi sur les robes et corsages et la demande dépasse l'approvisionnement. Quelques fourrures ont vu leur valeur doubler en quelques semaines, mais même aux prix élevés qui sont pratiqués il est impossible d'obtenir des livraisons aussi rapidement qu'on le voudrait.

LA RARETE DU VELOURS DE COTON

Le velours de coton qui a été très populaire cette saison devient de plus en plus rare et les importateurs tout comme les manufacturiers domestiques sont incapables de satisfaire leurs clients. Le velours panne et le velours chiffon qui sont employés pour les costumes de prix élevés sont également très difficiles à obtenir.

Un certain nombre d'élégants costumes avec jaquettes longues atteignant au genou et terminées par des bandes de fourrure sont offerts avec succès aussi bien que quelques gracieux vêtements très courts tombant juste au-dessous des hanches. Quelques manufacturiers confectionnent des costumes boléros, mais ils constituent des nouveautés tellement originales qu'ils ne serviront que pour les fins d'étalage de devanture.

LES STYLES PREFERES

La jaquette sac continue à se rencontrer avec beaucoup de succès et la jaquette à godets est également de bonne vente. Les styles russes sont en bonne demande et les jaquettes coupées par un godet sur les côtés et derrière, avec la partie supérieure montrant une ligne plus ajustée sont très appréciées. En fait, cette saison les acheteurs ne circonscrivent pas leur attention à un ou deux styles, mais prennent considération d'une grande variété.

LA PREFERENCE VA AUX COLS HAUTS

Le col haut est employé presque exclusivement sur tous les costumes de saison, la plupart étant en effet "chin-chin" et faits de fourrure, de velours ou d'étof-

fe elle-même bordée d'une étroite bande de fourrure. Dans quelques-uns des costumes tailleur les cols transformables sont employés.

La plupart des manches sont ajustées à la grandeur régulière du bras, mais dans quelques vêtements on note une modification de l'idée raglan. Dans quelques-uns des nouveaux numéros les manches sont ajustées à la ligne inférieure de l'épaule et quelques-unes sont coupées en effets godants.

TYPES SIMPLES DE JUPES

Alors que les jupes de quelques-uns des nouveaux modèles importés sont d'un caractère de fantaisie, les manufacturiers ont compris par expérience que la plupart des marchands préféreraient le type simple de jupe, même pour le costume habillé.

Dans certains costumes des plus dispendieux les jupes sont garnies de fourrure tout autour du bas et quelques-uns ont des applications de broderie sur les poches ou sur la ceinture. Dans les costumes à prix plus modérés, les jupes sont en général sans ornement et sont coupées dans l'effet circulaire modifié ou bien quelques plis sont introduits sur les côtés, sur le devant et dans le dos.

LES MANTEAUX SEPARES

La rareté des tissus cause une certaine anxiété.

Les renouvellements d'ordre pour les manteaux séparés sont placés en grande quantité et les manufacturiers sont pressés de faire leurs envois. Une grande anxiété se manifeste par suite de la rareté des tissus demandés. Malgré toute la bonne volonté des manufacturiers pour satisfaire leurs clients, il leur est totalement impossible d'obtenir des velours de coton cardé et des peluches en quantité suffisante pour faire face aux exigences.

LA FOURRURE EMPLOYEE LARGEMENT

La fourrure est employée à un degré considérable sur les manteaux séparés et ceci cause du retard par ce fait que les garnitures de fourrure sont d'une rareté inusuelle et d'un prix très élevé.

La demande se dessine largement pour les manteaux qui atteignent à peu près le bord des robes. Ces manteaux sont faits ordinairement avec une ampleur considérable qui est souvent soulignée par l'emploi de garniture à la base. La fourrure est fréquemment employée de cette manière. Des bandes de velours ou de soutache bordent souvent aussi le bas du manteau et forment le col et les manches.

LA VOGUE DES COLS HAUTS

Le haut col est l'objet d'une attention toute spéciale cette saison. Toutes les fois que le prix le permet, le col "chin-chin" est fait de fourrure. Quand cela est trop dispendieux cependant, le velours, la soutache ou l'étoffe elle-même en tiennent lieu. D'autres types variés de cols sont employés la plupart in-

Tapis Carrés

Tapis

Fournitures de Maisons

Le stock que nous avons en magasin et nos premiers contrats constituent pour vous la meilleure assurance que vous recevrez les marchandises telles que vous les aurez commandées.

Tous les nouveaux modèles et les nouvelles idées viennent actuellement vers vous afin que vous en fassiez l'inspection et que vous agissiez.

The W. R. Brock Company (Limited)
MONTREAL

diquant l'influence militaire. Quelques manteaux ont des cols transformables qui sont faits de fourrure, de drap ou de velours. Quelques récents modèles montrent le col cape.

LES STYLES DES MANCHES.

La manche régulière de manteau est de beaucoup préférable, mais un grand nombre de modèles nouveaux ont la manche raglan. On rencontre aussi dans beaucoup de lignes des modifications de la manche kimono.

Les manches sont de types variés. Le gantelet et la manchette cavalière sont employés sur les vêtements coûteux. Des styles variés de manchettes de fourrure sont notés sur beaucoup de numéros qui se vendent à un degré limité. Ces dernières cependant ne sont pas considérées comme pratiques par le temps froid.

Beaucoup de manteaux sont coupés en deux sections qui sont jointes à la taille normale, quelques-uns légèrement au-dessus de la taille. Dans certains cas la section supérieure est faite de manière à donner une apparence plus ajustée. Les manteaux coupés avec un godet partant des épaules ou de l'empiecement se vendent aussi rapidement.

Les ceintures sont employées à quelque étendue, principalement pour les manteaux d'auto et d'utilité générale.

LES TISSUS VELUS

Même à cette date relativement peu avancée il y a eu une grosse demande pour les manteaux faits de ve-

lours panne, de peluche, de velours de coton et de velours cordé. Ceux-ci sont choisis tant pour le port de la rue que pour celui du soir.

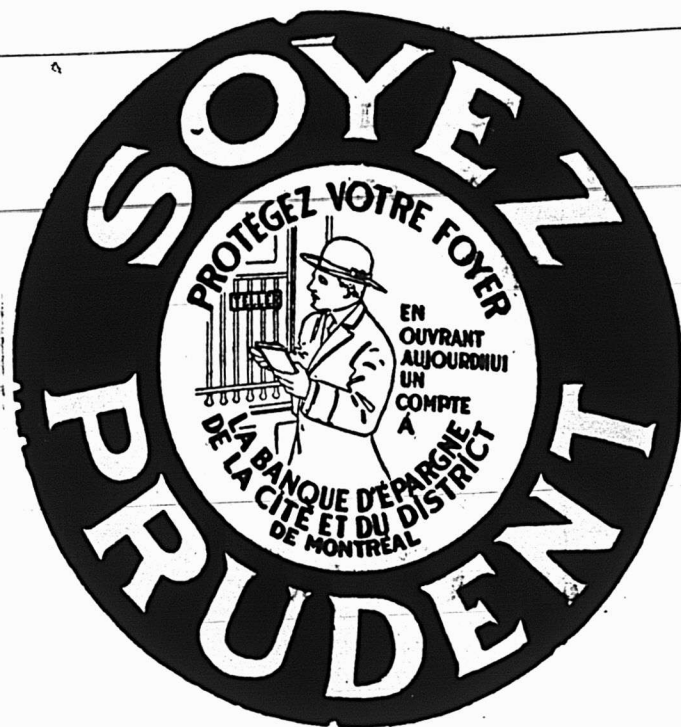
Pour les manteaux de soirée les couleurs claires aussi bien que les riches couleurs foncées sont choisies, particulièrement le rose, l'or, le vert Empire, le violet, le bleu saphir, les nuances claires de bleu. La fourrure blanche est fréquemment employée sur les manteaux de soirée, mais le castor, la taupe, le seal, l'écureuil, le chinchilla et le skunk sont aussi en faveur considérable.

Les manteaux en zibeline, en velours de laine, en broadcloth et en chinchilla seront très courants cet hiver. Quelques manteaux d'automobile très chics en carreaux, en rayures et en petits damiers sont également bien vus. Quelques renouvellements d'ordres pour des manteaux de sports continuent à se faire. La plupart de ceux-ci sont en chinchilla blanc ou en velours de laine blanc et sont garnis de fourrure.

LES FINIS DE COU

Il y a une grande diversité de cols tant dans les costumes que dans les robes, quelques-uns étant bas, d'autres hauts dans le dos et bas devant, enfin d'autres hauts tout autour. Les robes les plus élégantes montrent des effets de col haut.

Les cols capes ou fichus accompagnent les finis de cou hauts ou bas mais en quelques cas seulement. Presque tous les costumes et manteaux ont été faits avec des cols hauts, les uns de coupe militaire et les autres de l'effet "chin-chin".



OUATE EN PAQUETS

Garantie exempte de fils et autres matières étrangères inertes.

OUATE DE COTON :

"NORTH STAR"

"CRESCENT"

"PEARL"

La qualité, pour cette saison, est encore meilleure que jamais. C'est la meilleure pour le prix. Fabriquée avec du bon coton pur—pas de déchets. Demandez la Ouate en paquets "North Star", "Crescent", et "Pearl."

SPECIALITES D'EVELEIGH

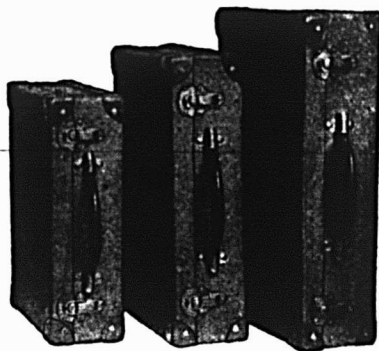
POUR LE COMMERCE DES FETES



No 583 D'EVELEIGH

Ce grand sac pour enfants est une bonne nouveauté. Il est fait en natte de fibre avec bordure imitation de cuir, fermoir en laiton et anse en cuir.

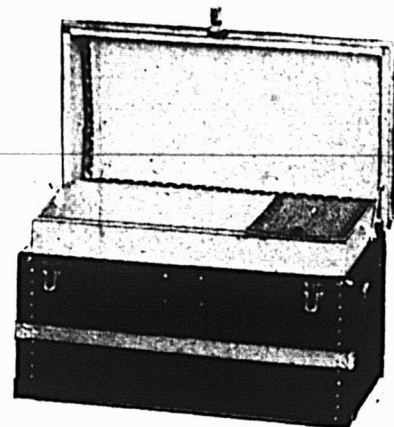
Dimension, 7 pouces, \$2.00
la douz. net.
" 10 " \$3.50
la douz. net.



No 585 D'EVELEIGH

Valises pour écoliers. Faites en forte fibre, avec monture en acier dans le couvercle. Utile petite valise bien faite.

Dimensions, 12 et 14pouces,
\$4.50 net la douz.



No 588 D'EVELEIGH

Malle-jouet, complète dans tous les détails. Boîte en bois, p'anchettes couvertes de toile à voile, avec fermoirs en ferblanc. Bordure, boulons et serrure en fer. Plateau avec un compartiment couvert. Une seule dimension, 15 pouces de longueur. 85c chaque net.

Ce sont des articles très recherchés, fabriqués spécialement pour les acheteurs du temps des fêtes. Indiquez les numéros dans vos commandes; les marchandises sont prêtes à être expédiées immédiatement.

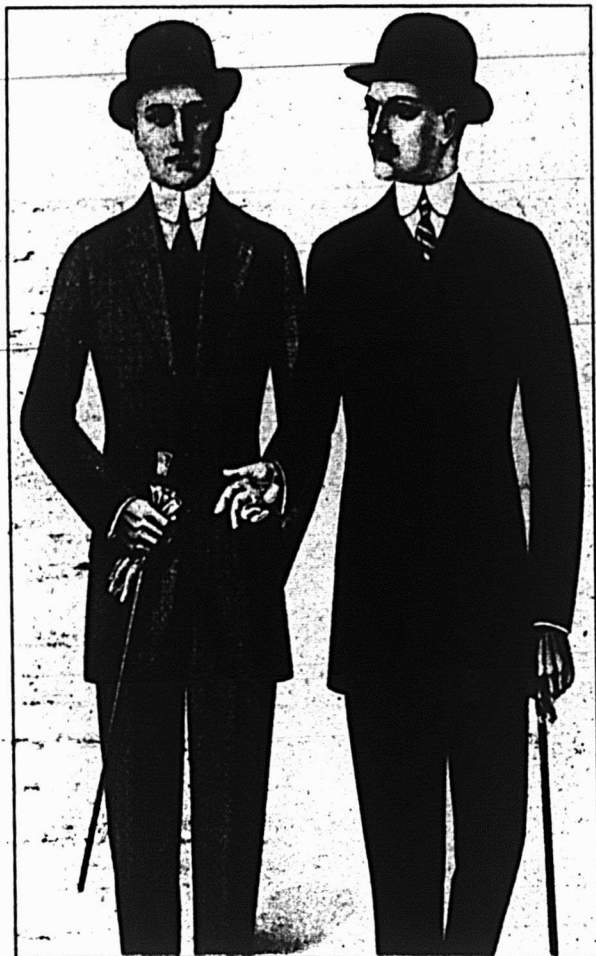
J. Eveleigh & Co LIMITED

MONTREAL

"Les Grands Fabricants de Valises"

LA MODE MASCULINE

LA COUPE PRATIQUE



Les costumes à la mode.

Veste à revers simple pour un homme corpulent.

Les mesures sont comme suit :

Emmanchure, $9\frac{3}{4}$ pouces.

Longueur de la veste, 17 pouces,

Ceinture, $13\frac{1}{2}$ pouces,

Dessus des épaules, 19 pouces,

Largeur des épaules, 14 pouces,

Poitrine, 42 pouces,

Taille, 44 pouces,

Pleine longueur, $28\frac{1}{2}$ pouces.

De A à B est la longueur de l'emmanchure, plus $\frac{1}{4}$ de pouce ; C est la longueur de la taille ; de C à D il y a $2\frac{3}{4}$ pouces ; E est le milieu entre A et B ; F est le milieu entre A et E ; tirez une ligne droite de F, B, C et D.

De C à 2 il y a $\frac{3}{4}$ de pouce ; tirez une ligne de E à 2 ; de 1 à G il y a la $\frac{1}{2}$ de la poitrine ; G à H = $1\frac{1}{4}$ pouce ; H à I = $\frac{3}{4}$ pouce ; tirez une ligne courbe de I ; J est le milieu entre I et G ; de J à K il y a 3 pouces ; tirez une ligne de K en descendant jusqu'à L ; appliquez la mesure des épaules moins $\frac{1}{2}$ pouce de I à K, soit $13\frac{1}{2}$ pouces, et tirez une ligne droite perpendiculaire.

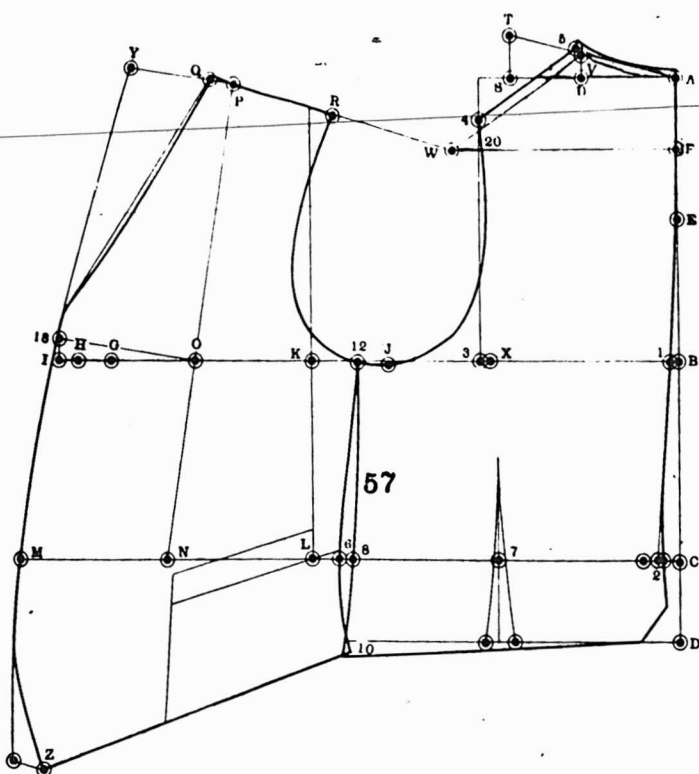
Le point X est le milieu entre I et K ; de X à 3 il y a $\frac{1}{2}$ pouce ; tirez une perpendiculaire depuis 3 jusqu'à 20 ; de 20 à W il y a 1 pouce ; de A à S il y a $6\frac{3}{8}$ pouces ; de S à T, $1\frac{1}{2}$ pouce ; tirez une ligne de A à T ; A à U = 1-6 de la poitrine ; tirez une perpendiculaire de U à V ; tirez une ligne de V à W ; ajoutez $\frac{1}{4}$ de pouce à l'épaule comme à 5—4, aussi $\frac{1}{4}$ de pouce sur l'extrémité supérieure du dos.

Le L à M il y a $\frac{1}{2}$ taille ; N est le milieu entre L et M ; O est le milieu entre K et H ; tirez une ligne de N à travers O en montant ; de A à 5 et de K à P = mesure de la ceinture plus $\frac{3}{4}$ de pouce ; tirez une ligne de P à W ; de P à R il y a $\frac{3}{8}$ de pouce de moins que de 5 à 4 ; donnez la forme à l'épaule et à l'emmanchure.

Faites un angle droit de P par N—O ; aussi de O par la même ligne, pour arriver à 18 ; de P à Y il y a 1-6 de la poitrine, plus $\frac{1}{2}$ pouce ; donnez la forme au bord depuis Y à 18 et à M ; si la veste doit être faite avec un collet, prenez de P à Q $\frac{3}{4}$ de pouce ; sans collet, 1 pouce. Appliquez la mesure de l'ouverture plus $\frac{3}{4}$ de pouce de A à 5 et P à l'ouverture ; appliquez aussi la mesure de la pleine longueur plus 1 pouce de A à 5 et de P à Z.

De L à 6 il y a 1 pouce ; de J à 12, $\frac{1}{4}$ pouce ; tirez une ligne de 12 à 6 et donnez forme au côté et au bas du devant ; le point 7 est au milieu de 2, et 6 ; 7 à 8 = $\frac{1}{4}$ de la taille ; 7 à 2 = $\frac{1}{4}$ de la taille plus $\frac{3}{4}$ de pouce ; donnez forme au centre du dos et au côté ; ajoutez $\frac{1}{2}$ pouce à la partie de derrière à 10 et finissez.

Pour un homme corpulent il est bon de mettre un V comme indiqué au point 7, afin de donner de l'ampleur au derrière de la veste, aux hanches.



Veste à revers simple pour un homme corpulent

La mode masculine n'a pas changé sensiblement. Les vestons à revers double ou à revers simple se portent aussi bien. La coupe tend à revenir de plus en plus à la normale.



LE MARCHAND QUI VEND

Les Harnais, Valises, Sacs de Voyage, Articles en Cuir MARQUE "ALLIGATOR"

Conserve toujours sa clientèle et l'augmente, parce qu'il donne la plus grande valeur pour l'argent déboursé. — Il n'a pas besoin de "pousser la vente" car la marque "Alligator" est connue de tout le Canada comme était le "Nec plus ultra" de la qualité.

Par conséquent les marchandises marque "ALLIGATOR" sont les plus payantes.

Nos voyageurs parcourent le Dominion — écrivez-nous, ils iront vous voir — Nous expédions notre catalogue AUX MARCHANDS SEULEMENT.

Les marchandises marque "Alligator" sont manufacturées et garanties par

Lamontagne Limitée.

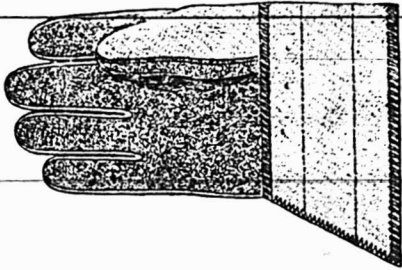
BLOC BALMORAL

338 Rue Notre Dame Ouest, Montreal, Can.

(Près de la rue McGill)



Tout en laine ou couvert en cuir.



ASSUREZ-VOUS QUE LES
GANTS QUE VOUS VENDEZ
PORTENT CETTE ETIQUETTE.
C'EST UN SIGNE DE QUALITE.



TAPATCO
REGISTERED BRAND TRADE MARK

Gants de Coton

Ces gants sont faits en Canada avec des matériaux Canadiens de la meilleure qualité et par des ouvriers experts Canadiens.

Les Gants de la marque "Tapatco" sont faits en formes de Gantelets avec Poignets tricotés ou à bande et de pesanteurs élevée, moyenne ou légère.

Nos gants couverts de cuir et ceux avec bouts en cuir sont finis avec la meilleure peau de cheval fendue. Nous fabriquons aussi des Gants et des Mitaines Jersey de couleur Tan, Brune ou Oxford.

Insistez auprès de votre marchand en gros pour qu'il vous fournisse la Marque "Tapatco". Envoyez aujourd'hui une commande d'échantillons.

The American Pad and
Textile Co.

CHATHAM, - - Ontario

LE COMMERCE DES SOIERIES AUX ETATS-UNIS

Un rapport de l'ambassade suisse à Washington, sur le commerce de soierie, fait remarquer que la valeur des articles de soie produits aux Etats-Unis en 1914 par l'industrie de la soie américaine, dans laquelle figurent plusieurs maisons suisses très prospères, s'élevait à plus de 200,000,000 de dollars, contre 70.000.000 en 1880.

Le rapport ajoute que le développement continu de l'industrie de la soie aux Etats-Unis réagit défavorablement sur l'importation des soieries. Cette importation reste presque stationnaire depuis de longues années. L'importation des soieries suisses continue à s'améliorer, grâce aux dispositions du nouveau tarif américain.

La statistique suivante donne les chiffres de cette importation pour les deux dernières années :

	1914 (Dollars)	1913 (Dollars)
France	14.327.770	17.325.773
Allemagne	4.006.397	4.710.612
Suisse	4.164.050	3.960.335
Grande-Bretagne	4.207.385	3.775.589
Autre pays européens.....	17.547	12.104
Japon	4.488.710	3.515.675
Chine	243.058	172.779
Autre pays.....	107.155	153.925
Total	34.027.368	35.308.325

La guerre contribuera pour beaucoup, naturellement, au développement de l'industrie de la soie américaine aux Etats-Unis et aussi à l'importation des soieries suisses.

LA CONTREBANDE ALLEMANDE DES FOURRURES AUX ETATS-UNIS

Malgré le blocus, l'Allemagne continue à exporter une grande quantité de fourrures aux Etats-Unis par colis postaux. Un commerçant en fourrures de New-York affirme que, pendant les deux derniers mois seulement, 800 colis de fourrures, d'une valeur de 500,000 dollars, sont arrivés de Leipzig à New-York. On sait qu'avant la guerre, Leipzig était le dépôt des fourrures russes, et les colis expédiés en ce moment en Amérique proviennent très probablement de cette source.

M. R. Duhamel, le commis-voyageur en nouveautés bien connu, voyage maintenant pour la W. R. Brock Co. Ltd.

• • •

M. H. Pouliot, jadis de Trois-Rivières, est aussi entré au service de la W. R. Brock Co., Ltd. comme commis-voyageur.

• • •

La Brock Co. Ltd. dit qu'elle reçoit actuellement des commandes considérables de carrés de tapis, de prélarts et de linoléums. En fait ces commandes sont plus importantes qu'en aucune autre saison précédente.



AVIS AU COMMERCE

DE GROS ET DE DETAIL

M. le Marchand,
Avez-vous jamais comparé les Faux-Cols "ARLINGTON" avec toutes les autres sortes que vous pouvez avoir en magasin, au point de vue:

- 1—Du poids des matériaux.
- 2—De la résistance des boutonnières.
- 3—De la symétrie du faux-col.
- 4—De l'espace pour l'ajustement de la cravate.
- 5—L'aspect général.
- 6—La satisfaction que vous procurez à vos clients?

Nous avons la Marque **CHALLENGE** à \$2.00 la douzaine.
 " " **RUBBER** à \$1.90 " "
 " " **PYRALIN** à \$1.60 "


Tous faits de matériaux plus lourds de 33 1/3% que toutes les spécialités qu'on vous offre. Examinez et voyez qui vous donne la plus haute valeur pour votre client, avant d'acheter un autre article que les

"FAUX-COLS ARLINGTON"


THE ARLINGTON COMPANY OF CANADA LIMITED

58 AVENUE FRASER - - - TORONTO, Ont.

Représentant dans l'Ouest, R. J. Quigley, Winnipeg, Man.
 Représentant dans l'Ontario, J. A. Chantler & Co., Toronto.
 Représentant dans l'Est, Duncan Bell, Montréal, Qué



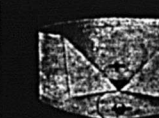
PURITAN



ECLIPSE



SHAMROCK




VIGILANT



AMERICA



ATALANTA



AURORA




COLUMBIA




PILGRIM



MAYFLOWER



MERIT



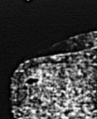
MAGIC



DEFENDER




BUSTER



PRISCILLA



GALATEA



WINSOME



ROMAN



SAPPHO



LIVONIA



Campbell's Clothing

Avez-vous essayé les Campbell's Clothing

(Les Vêtements de Campbell)

FAITS SUR MESURE

la seule ligne qui ne donne que des bénéfices

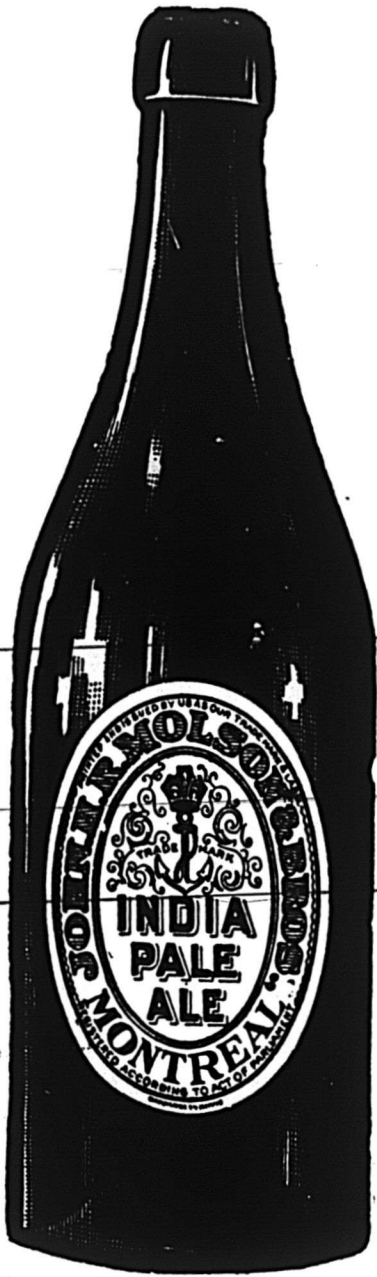
**Pas de Mauvais Stock,
Pas de frais d'Assurance
et d'Intérêts,
Pas de Mauvaises Dettes.**

Offrez à vos clients du travail de tailleur de haute qualité à des prix modiques.

Si nous n'avons pas de représentant en votre ville écrivez à:

**The Campbell Mfg. Company, Limited,
MONTREAL.**

LA BIÈRE POPULAIRE MOLSON



Est celle que veut
le Consommateur ;
donnez-la lui. . .

La vente de cette
BIÈRE en bouteilles
excède celle de tou-
tes les autres mar-
ques réunies. . . .

Brassée à Montréal
DEPUIS 129 ANS

VINS ET LIQUEURS

LA CAMPAGNE PROHIBITIVE

La campagne entreprise par les prohibitionnistes pour essayer de faire décréter l'interdiction de la vente de l'alcool ou plutôt la fermeture des bars, a repris depuis quelque temps une intensité inaccoutumée et l'on peut se montrer justement inquiet de cette effervescence qui menace de porter atteinte à un commerce qui fait vivre bien du monde et qui n'est en somme nuisible qu'au point de vue de ceux qui prennent tous les gens pour des débauchés et des ivrognes.

Il est vraiment regrettable de voir que dans certaines localités, les habitants se sont montrés assez faibles pour se laisser influencer grossièrement par mille moyens plus ou moins francs employés par les prohibitionnistes et que cette veulerie a abouti à faire décréter la prohibition dans des villes prospères, qui du coup vont se trouver singulièrement atteintes et voir leur progrès s'arrêter net ou du moins se ralentir d'un façon bien significative.

A Lachine, les partisans de la tempérance forcée ont fini par l'emporter, mais ils ont dû livrer un dur combat pour vaincre des adversaires aussi résolus que sincères.

La votation a duré sept jours, ce qui indique clairement que cette mesure de prohibition a été loin de rallier les suffrages unanimes. De fait, une bonne partie de la population de Lachine s'est opposée énergiquement à ce règlement qui aliène une liberté et tue un commerce qui créait un certain mouvement favorable aux transactions d'affaires sans nuire en quoi que ce soit à la prospérité de notre ville voisine. Le public qui a subi une certaine contrainte non équivoque, en rappellera de cette prohibition, avant longtemps, lorsque les effets néfastes de cette décision auront commencé à se faire sentir sur le commerce de Lachine. De toute façon, que ceci nous serve d'exemple et nous mette en garde contre les menées de prohibitionnistes qui semblent vouloir s'acharner sur notre province et nous priver de toutes les libertés. Armons-nous contre ces ennemis du commerce général et tenons-leur tête comme des hommes, au lieu de nous laisser conduire par eux comme des moutons.

Qu'on ait réglementé équitablement le commerce des alcools de façon à éviter ou restreindre les abus, rien de plus naturel; mais qu'on en reste là. S'il semble abondamment prouvé que les armes à feu sont un sujet de commerce dangereux, il va de soi que ce commerce doit être surveillé et contrôlé par ceux qui ont mission de gouverner. De ce que le gouvernement a le pouvoir et le devoir de contrôler le commerce des armes à feu, s'ensuit-il qu'il ait le droit de prohiber ce commerce, sous prétexte que des individus peuvent se servir de ces armes contre autrui ou contre eux-mêmes?

Ce serait entraver et la liberté du commerce et la liberté des individus, et s'il est utile et sage de restreindre la liberté pour empêcher l'abus, il est immoral d'engendrer un abus en entravant cette liberté.

Il en va de même pour le commerce de l'alcool et si nous savons défendre notre cause, nous opposerons aux prohibitionnistes une action efficace qui rendra vains leurs efforts.

LA PRODUCTION VINICOLE DU MONDE EN 1914.

D'après les résultats d'une enquête faite par le "Moniteur vinicole", la production mondiale des vins pour 1914 se résume ainsi:

France (Corse comprise), 59.981,492 hectolitres; — Algérie, 10,317,719; Tunisie, 300,000; — Italie, 43,046,000; — Espagne, 16,167,940; — Russie, 4,800,000; — Portugal, 4,000,000; — Açores, Canaries, Madère, 30,000; — Grèce et Iles, 2,750,000; — Allemagne, 1,000,000; — Turquie et Chypre, 800,000; — Roumanie, 661,000; — Suisse, 507,000; — Serbie, 350,000; — Bulgarie, 40,000; — Luxembourg, 1,000; — République Argentine, 5,500,000; — Chili, 4,000,000; — Etats-Unis, 1,740,000; — Brésil, 450,000; — Australie, 300,000; — Uruguay, 200,000; — Cap de Bonne-Espérance, 175,000; — Pérou, 160,000; — Bolivie, 70,000; — Canada, 17,000; — Mexique, 8,500; — Perse, 2,500; — Egypte, 1,500 hectolitres.

(L'hectolitre équivaut à 22 gallons environ).

LA PRODUCTION DU CIDRE

La production des cidres a parfois une répercussion sur le marché des vins; les chiffres ci-dessous donnent en hectolitres la production des cidres de 1880 à 1914. Si on les compare à ceux de la production des vins, on remarquera l'irrégularité de cette production cidricole bien plus grande que celle du vin.

Années	Hectolitres	Années	Hectolitres
1880.....	5,465,000	1898.....	10,6637,000
1881.....	17,122,000	1899.....	20,836,000
1882.....	8,921,000	1900.....	29,409,000
1883.....	23,492,000	1901.....	12,734,000
1884.....	11,907,000	1902.....	9,211,000
1885.....	19,355,000	1903.....	5,671,000
1886.....	8,301,000	1904.....	40,943,000
1887.....	13,437,000	1905.....	4,828,000
1888.....	9,767,000	1906.....	21,714,000
1889.....	3,701,000	1907.....	2,739,000
1890.....	11,095,000	1908.....	16,874,000
1891.....	9,280,000	1909.....	7,949,000
1892.....	15,141,000	1910.....	12,333,000
1893.....	31,609,000	1911.....	22,439,000
1894.....	15,541,000	1912.....	17,661,000
1895.....	25,587,000	1913.....	30,084,000
1896.....	8,074,000	1914.....	30,084,000
1897.....	6,789,000		

(L'hectolitre équivaut à 22 gallons environ.)

LA RECOLTE VINICOLE EN ITALIE

De l'enquête officielle à laquelle il vient d'être procédé, il résulte qu'en Italie la récolte viticole représentera au maximum, cette année, vingt millions d'hectolitres. L'an dernier, la production avait atteint quarante-trois millions d'hectolitres. Dans certains régions, le déficit atteint vingt pour cent.

On voit que la viticulture italienne n'est pas plus heureuse, cette année, que la viticulture française.

Cotations Alcools — Whiskeys — Gins — Cognacs — Rhums — Champagnes — Vins — Eaux Minérales.

ALCOOLS CANADIENS EN BARILS

	Le gall.
Hiram Walker and Sons, Ltd (3)	
En barils	5.75
Gooderham and Worts (4)	
En barils	5.75
Montreal Products Co., Ltd. (4)	
En barils	5.50
General Distilling Co. (3)	
En barils	5.50
Nouveau prix	5.65
J. P. Wisser & Son, Ltd (2)	5.74
H. Corby Distillery Co., Ltd. (39)	
En barils	5.62

50 O. P.

Hiram Walker and Sons, Ltd. (3)	
En barils	5.25
Gooderham and Worts (4)	
En barils	5.25
Montreal Products Co., Ltd. (4)	
En barils	5.00
General Distilling Co. (3)	
Ditto, 50 O. P. spirits	5.00
H. Corby Distillery Co., Ltd. (39)	
En barils	5.09
J. P. Wisser & Son, Ltd.	5.20

RYE WHISKIES

	Le gall.
J. P. Wisser & Son, Ltd. (2)	2.74
Rye Whiskey (39) 25 U. P.	2.63
H. Corby Distillery Co.	

	En sce
Hiram Walker and Sons, Ltd. (3)	
En barils, 25 U.P.	2.75

Gooderham and Worts (4)	
En barils	2.75
Marshall's Royal	
En barils	2.74

Hiram Walker and Sons, Ltd. (3)	
Canadian Club Whisky en fût	4.50
Imperial Whisky en fût	3.50

Expédiés en barils d'environ 42 gallons.	
Expédiés en demi barils d'environ 28 gallons.	
Expédiés en quart de barils d'environ 10 gallons.	

Hiram Walker and Sons, Ltd. (3)	
A la caisse:	
Canadian Club	\$11.00 \$11.50 \$12.00
Impérial	8.75 9.25 9.75
Baronial	7.25 7.50 8.00
Epicure	11.00

H. Corby Distillery Co., Ltd. (39)	
Spécial, de choix 12s	9.90
Old Dominion 12s	9.85
Old Dominion 16s	9.65
Majestic 12s	7.50
Old Rye 12s	7.50
Old Rye 40s	10.75
Whisky blanc 12s 40 U. P.	6.75
Whisky blanc 16c 40 U. P.	7.25
Pay Day 36s 40 U. P.	7.75

GIN

	De Kuyper (1)	La case
Rouge		14.25
Vert		7.50
Violet		6.50

Melchers (12) Gold Cross	
Rouge	15.00
Vert	7.50
Violet	7.00

Wilson's Old Tom, qts (12)	5.75
Wilson's Old Tom, 24 flks (12)	66.75
Club Old Tom, qts (12)	7.50
Club Old Tom (24 flks. (12)	7.50
Colonial Dry Gin, qts (12)	7.50

Gordon's London Dry	9.25
Gordon's Old Tom	9.25
Gordon's Sloe Gni	11.50
Empire Plymouth Gin, qts (12)	8.00
Empire Sloe Gin, qts (12)	8.50

Scott & Son, Sloe Gin, qts (2)	8.50
Scott & Son, Sloe Gin, pts.	9.50
Red Ribon Gin (2)	
Rouge	11.50
Verte	6.00
Violet	4.50
Red Top Gin.	
Rouge	11.25
Verte	5.75
Violet	5.00

Greenless & Co., London, Eng. (14)	
"London Ddry", p. cs., 12 bout.	
"Old Tom", p. cs., 12 bout.	
"Old Tom" and "London Dry", le gallon, en baril, depuis	

Lawrence A. Wilson Co., Ltd., (14)	
Sloe Gin, la caisse	
Blankenhayn & Nolet's Distillerderij, Rotterdam, Hollande (14)	
"Key Brand", caisses rouges, 16 grandes bouteilles	
"Key Brand", caisses vertes, 12 bouteilles moyennes	
"Key Brand", caisses violettes, 24 petites bouteilles	
"Old Geneva Afrikander", 24½ jars en pierre	
"Old Geneva Afrikander", 12 jars en pierre	

RHUMS DE LA JAMAIQUE	
J. B. Sherriff & Co., Ltd. (4)	
Bell, par cse	11.50
Bell, 35 O. P., par gall.	6.00
Blue Star, 35 O. P., par gall.	6.00
Rhums (2) c-s 12 c-s 24 c-s 48½	
	Qrts. Pts. Splits
J. W. Turner (2)	8.00 90.0 10.00
Mendoza & Cie	6.00 7.00
Norton & King	5.00 32 Flasks 6.50

COGNACS	
Bisquit Dubouché (3) quts., une étoile	11.50
Bisquit Old Liquor Brandy 20 ans	18.50
Bisquit V.V.S.O.P. Brandy 55 ans	40.00
Jas. Hennessy & Co. (4)	
Une étoile	15.00
Trois étoiles	18.00
V. O.	19.25

Martel & Co. (1)	
Une étoile	16.00
Trois étoiles	18.50
V. O.	20.00
V. S. O. P.	21.50

Renault & Co. (9)	
S. V. O.	19.00
Club Brandy	20.00
50 Years Old	46.00
Une étoile	12.00

E. Normandin & Co. (15)	
Spécial quts	12.00
V. S. O. P. qts	18.00
30 ans d'âge, qts	26.00

Boutelleau & Co. (13)	
F. P., pts	13.00
F. P., foncé, qts	10.50
F. P., qts	11.50
F. P., 16 Imp. up. fl.	12.50
F. P., 24 fl.	12.50
Un diamant, qts	13.00
Deux diamants, O. B., qts	15.00
Trois diamants, V. O. B., qts	16.00
Quatre diamants X. V. O. B.	
1831, qts	18.00
1824, qts	24.00

P. Frapin & Co. (12)	
Une étoile, qts	12.00
24 flacos, 10 onces	12.00
24 bout. chop.	13.50
Médical	12.50
Spécial, 20 ans	13.75
Reserve, 25 ans	17.50
Liqueur, 30 ans	19.00

Cognac City Distillers' Association, Cognac, France (14)	
"Trois Etoiles", vieux brandy, p. cs., 12 bouteilles	
"Trois Etoiles", vieux brandy, p. cs., 24 demi bouteilles	
"Trois Etoiles", vieux xbrandy, p. cs., 32 flasks	
"Cachet d'Or", p. cs., 12 longue sbouteilles	
"Doctor's Friend", p. cs., 12 bouteilles	
"V.O.," vieux brandy fin, p. cs., 12 bouteilles	
"V.S.O.P.," vieux brandy, fin, p. cs., 12 bouteilles	
"X.X.O.," vendange 1875, (long cou), p. cs., 2 bouteilles	

Lawrence A. Wilson Co., Ltd. (14)	
Wilson's, V.V.S.O.P., 1875, cognac-brandy, par caisse de 12 quarts	
Jimenez & Lamothe (4)	
***	bout.
1865 Liqueur	bout.
Ph. Richard (2)	

Ph. Richard S. O. 40 ans	c-s Qts.
Flute 20 ans	25.00
Medicinal	17.00
V. S. O. P.	14.50
Spécial Réserve	14.00
V. S. O.	13.00
V. O.	12.00
J. M. Boutin & Cie Alligator bord	10.25
F. Marion XXX	9.50
Chs. Couturier XXX	7.00
F. Marion XXX	9.00
Parville & Cie XXX	7.00
Valin & Frère XXX	5.75
	5.00

Toutes ces marques de Cognacs	
En caises de 24½ Bout. [\$1.00 de plus	
En caisse de 24 Flasks [par caisse	
En caisse de 48½ Bout. [-2.00 de plus	
En caisse de 48½ Flasks [par caisse	
Cognac en Futs	Gal.

Ph. Richard	4.25	6.50
Ch. Couturier	4.00	4.55
Parville & Cie	2.70	2.90

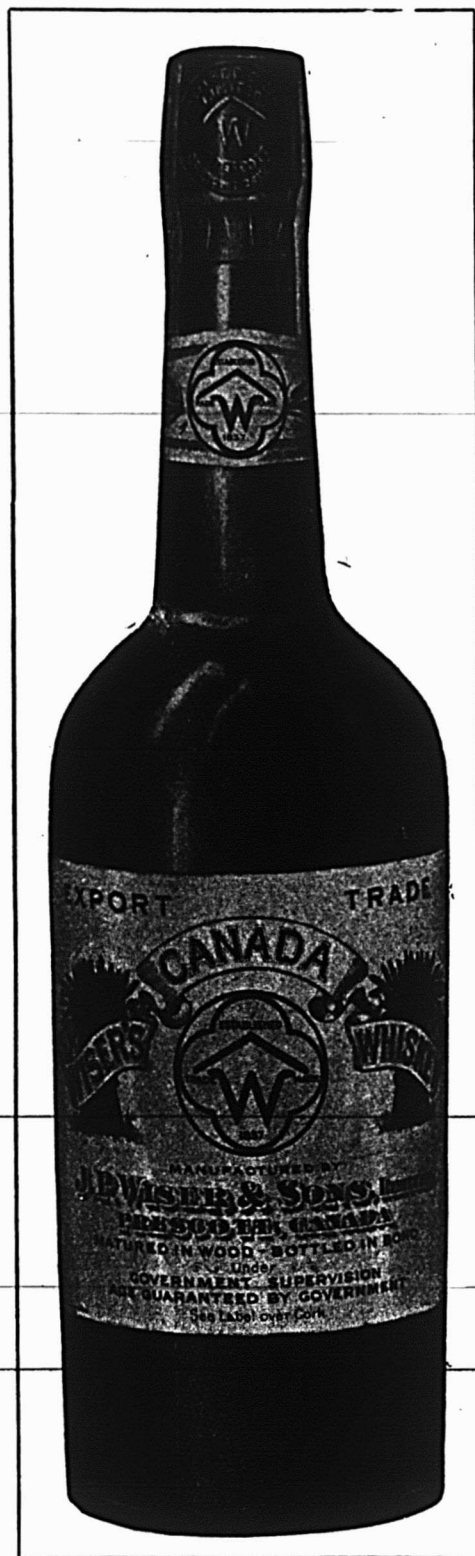
BRANDY	
P. Frapin & Cie.	
X qts.	11.75
Médical	12.50
Spécial (20)	13.75
Reserve (25)	17.00
Liqueur (30)	20.00

WHISKY ECOSSAIS	
Alexander & Macdonald, Scotland (14)	
Sandy Macdonald, p. c.	
Sandy Macdonald, 24 pts.	
Sandy Macdonald, 32 fls.	
Peter Dawson, Limited (12)	
Extra Spécial qts.	10.75
Extra Spécial, pts.	11.55
Extra Spécial, 32 flks.	12.25
Rare Old Liqueur	12.50
Old Curio	16.50

John Hopkins & Co. (3)	
Old Mull, qts	12.50
Old Mull, pts.	13.00
John Dewars & Sons (15)	
Lots de 5 caisses, 50c de moins par	
caisse.	
Extra Special Liqueurs	\$17.25
Special Liqueur	14.50
Etiquette bleue, qts.	11.75
Etiquette bleue, pts.	12.75
Special	11.25

Wright & Greig, Ltd. (13)	
Roderick Dhu qts	11.00
Premier, qts	13.00
Kilmamock White Label	12.50

(Consultez la clef des fournisseurs, page 40).	
--	--



CETTE MARQUE CELEBRE MISE EN
Pintes, Chopines, Demi-Chopines et Flasks "Book"
EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

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

FABRIQUEE PAR

J. P. Wiser & Sons, Limited

PRESCOTT, Ontario

"NEW YORK"

"CANADA"

- - VENDEZ LE - -
GIN de
BURNETT

"LE LONDON
DRY ORIGINAL"

ABSOLUMENT LE PLUS FIN!

J. M. DOUGLAS CO.
Seuls Agents au Canada
MONTREAL

S. H. Ewing & Sons

- IMPORTATEURS ET -
MANUFACTURIERS DE

BOUCHONS

Coupés à la main et à la machine.

Marchands de Capsules
pour bouteilles, de Bro-
ches d'embouteilleurs,
d'Etain en feuilles, de
Fournitures pour Bras-
seurs, etc., etc., etc.

Bureau Principal:

96 rue King, - Montréal

Téléphones—Bell, Main 65; Marchands, 522

Succursale de Toronto: 29 RUE FRONT, OUEST

Par Brevet
Spécial
Fournisseur



de
Sa Majesté
LE ROI

DEWAR'S Scotch Whiskies

— AGENTS —
Pour l'Est du Canada - J. M. DOUGLAS & CO., MONTREAL

Bureaux Chefs pour les Etats-Unis et le Canada, Dewar Building,
Bank Street, New-York, E.U.A.

KINGS BEER

La meilleure et la plus pure
: : qui puisse être brassée : :

“TROIS LEADERS”

DOW

ALES

STOUTS

(Bières Fortes)

ET

EXTRAIT DE MALT

Les consommateurs qui ne peuvent acheter les Marques Dow chez les marchands de leur localité sont priés de s'adresser au "Département des commandes par la poste," 38 Square Chabollez, Montréal.

(Suite de la page 70)

Kilmamock Red Label	-15.50
Kilmamock Black Label	18.00
Grand Liqueur, qts	16.75
James Watson & Co., Ltd. (18)	
Blue Brand, rd. qts.	11.25
Blue Band, sq. qts.	11.25
No. 10, qts	12.50
Antique	17.50
Liqueur 1815	20.00
Mitchell Bros. (2)	
Finest Old Scotch Qrts 12s	13.00
White Star Qrts 12s	12.00
Ex. Sp. Liqueur, Qrts 12s	11.00
Special Reserve Dew Qrts 12s	10.50
Grey Beard Stone Jars 6 au gall.	11.50
Heather Dew Qrts 12s	9.00
Mullmore Dew Qrts 12s	7.50
Robert Dale Qrts 12s	6.00
Scotland's Pride Qrts 12s	5.00
Scotch en Futs	Gall.
Mitchell (2)	4.70 6.00

CHAMPAGNES

Moët & Chandon (43)			
	1 douz.	2 douz.	
	Qts.	Pts.	
White Seal (26)	33.00	35.00	
Imperial Crown Brut	45.00	48.00	
Brut Impérial (26)	35.50	37.50	
Pomemry (9)	31.00	22.00	
Sec ou Extra Sec			
Brut	33.00	35.00	
Prix sur demandes pour			
cuvées 1904 et 1906.			
Vve Clicquot-Ponsardin (55)			
Sec	28.00	30.00	
Brut	30.00	32.00	
Dry Monopole (3), qts.		31.00	
Dry Monopole (3), qts.		33.00	
Louis Duvau, Saumur, qts.		14.00	
Louis Duvau, Saumur, chopines		15.50	
PIPER-HEIDSICK (2)			
Vintage Très Sec	32.00	34.00	36.00
Vintage Brut ou Sec	30.00	32.00	34.00
Moins 10 p.c. Es. commerc. 3 p. c. 30			
jours.			
	qt.....	pt.....	sp...
Cardinal (2)			
Caisse 12s	12.50	24s 13.50	48s \$14.50
Paniers	6s 6.50		
"	12 12.50		
"	6s	8.75	
"	12s	7.00	
"	24s	13.50	
"	12s		4.00
Duc de Lagrange (2)			
Caisse 12s,	\$11.00	\$12.00	48s. \$13.00
Deutz & Gelderman (14) Bout. 1/2bout.			
Extra Sec, Vintage 1904.			
Brut, Vintage 1904			
Gratien & Moyer (14) Bt. 1/2 Bt.			
Caisnes ou paniers			
G. Roset & Cie (14)			
Extra Sec. Vintage 1904.			

WHISKY IRLANDAIS

Bushmills Distillery Co.	
Bushmills Special Blend, proof,	
qr. casks, per gal.	
Bushmills Special Blend, proof,	
octaves, per gal.	
Bushmills Special Blend, 15 U.P.	
qr. casks, per gal.	
Bushmills Special Blend, 15 U.P.	
octaves, per gal.	
Bushmills Special Blend, 20 U.P.	
qr. casks, per gal.	
Bushmills Special Blend, 20 U.P.	
octaves, per gal.	
Old Bushmills Quarts, per case	

WHISKY IRLANDAIS

John Jameson, 1 étoile, qts (8)	11.25
John Jameson, 3 étoiles, qts.	12.90
Mitchell & Co., Ltd (2)	
Cruiskeen Lawn, Ord. Qrts	9.00
Cruiskeen Lawn, Imp. Qrts	14.00
Cruiskeen Lawn, 4s au gall.	16.00
Old Irish, Ord. Qrts	7.75
Old Irish, Imp. Qrts	12.50

VINS SHERRY

Domecq delicate oir pale, qts (3)	11.00
Diez Hermanos (2)	
Consacrar Pontifical Qrts	15.00
Favorito, Qrts	10.00
Amontillado, Qrts	8.50
Consacrar Pureza Qrts	8.50
Olorozo Qrts	8.00
Vino Para Consacrar Qrts	7.00
Fine Pale Sherry	6.50
Solariego 1807, Qrts	22.50
En futs	.95 à 4.75 par gall.

Gonzales, Byas & Cie, Jerez de la Frontera, Espagne (14)

"Royal", p. cs. 12 bouteilles	
"Favirota", p. cs., 12 bouteilles	
"Club", p. cs., 12 bouteilles	
"Vino de Pasto", p. cs., 12 bout.	
"Cristina", p. cs., 12 bouteilles	
"Fino", p. cs., 12 bouteilles	
"Amontillado", p. cs., 12 bouteilles	
"Idolo", p. cs., 12 bouteilles	
"Oloroso", p. cs., 12 bouteilles	
"Victorioso", p. cs., 12 bout.	
"Jubilee", p. cs., 12 bouteilles	
"Old East India", p. cs., 12 bout.	
"Monarca", p. cs., 12 bout.	
	Au gall.

Pendon

Claro	
Giralda	
Old Brown	
Amontillado	
Vino de Pasto	
Oloroso	
Las Torres	
Victorioso	
Jubilee	

VINS DE PORT

Priorato (3) 1 cachet, qts.	5.25
Priorato (3) 3 cachets, qts	6.25
Rheel Champlain Vinicola (2)	c-s
Minerva	8.50
Braganza	10.00
King Emanuel	10.00
Doctor's Special	11.50
Garcia Hijos	8.50
Manuel Tosta	6.50
Ventura & Cie	4.50
Verdi & Cie	3.50
Rizot & Cie	3.50
En fûts 0.95 à 4.25 le gall.	

J. W. Burmester, Oporto, Portugal (14)

"Royal Port", p. cs., 12 bout.	
"Cruzado", p. cs., 12 bout.	
"Newfoundland Etyle", p. cs., 12	
bouteilles	
"Rich Douro", p. cs., 12 bout.	
"Toreador", p. cs., 12 bout.	
"Old Crusted", p. cs., 12 bout.	
"Blue Label Royal", p. cs., 12	
bouteilles	
White Port, "Trois Couronnes",	
p. cs., 12 bouteilles	
Extra Lodge p. cs., 12 bout.	
	Au gall.

1 grappe	
Diamant T.	
2 grappes	
3 grappes	
4 grappes	
4 diamants	
3 couronnes	
T. Port Wine	
Tawny	
Ruby Dry	

VINS CLARETS

A. Delor & Cie (2)		
Medoc X	4.00	5.00
Medoc XX	4.50	5.50
Mdoc XXX	5.00	6.00
St. Julien	4.50	5.50
Château des Jacobins	5.50	6.50
St-Estèphe	5.00	6.00
St-Emillon	5.00	6.00

Pauillac	5.50	6.50
Château Pontet Canet	6.00	7.00
Château Pape Clément	12.00	13.00

Barrique ou 1/2 barrique		
Palus	0.85	gallon 0.90
Tivoli	0.80	0.85
	12 Btls.	24 1/2 Btls
Vernot & Cie, St-Julien (2)		
	2.75	3.25
V. Pradel & Cie Medoc 2.75 3.25		
Latreille & Cie, St-Julien 2.50 3.00		
Flcury & Fils Medoc 2.50 3.00		

Bordeaux Claret Co. (4)

Club	
Côtes	
Bon Paysan	
Bon Bourgeois	
St-Julien	
Château Brûlé	
St-Estèphe	
Pontet Canet	

SAUTERNES

A. Delor & Cie (2)			
	c-s 12	c-s 24	
Graves	4.00	5.00	
Sauterne	4.50	5.50	
Barsac	6.00	7.00	
Haut Sauterne	8.00	9.00	
Château Yquem 1895	21.00	22.00	
	Gall.		
Petite Grave 1/2 Barrique	0.85		
Sauterne 1/2 Barrique	0.95		

TARRAGONES

Juininez & Lamothe, Malaga, Spain (14)

Vin de messe

VINS DU RHIN

H. Sichel Sohne, Mayence, Allemagne (14)

"Laubenhelmer", qts	
"Niersteiner", qts	
Hochelmer", qts	
"Rudesheimer", qts	
"Liebfraumlch", qts	
"Rauenthaler", qts	
"Schloss Johannesberg", p. cs., 12	
qts	
"Steinweln", p. cs., 12 qts	
"Sparkling Tok", p. cs., 12 qts	
"Eltinger", p. cs., 12 qts	
"Brauneberger", p. cs., 12 qts	
"Piesporter", p. cs., 12 qts	
"Mosenblumchen", p. cs., 12 qts	
"Berncastler", étiquette bleue	
"Piesporter Goldtropchen", p. cs., 12	
qts	
"Erdner Treppchen", p. cs., 12 qts.	
"Berncastler Doctor", original, p. cs.,	

VINS TONIQUES

Vin St-Michel (12)	8.50
Vin Mariani (14)	
Wilson's Invalid's Port (14)	
Bacchus, cs 12 bout. litre (2)	9.00
Banyuls Bartissol, 12 qts (2)	8.00
Red Heart (15)	10.00

WHISKEYS AMERICAINS

Cook & Bernheimer (14)	La case
Bourbon Gold Lion	
Old Valley, pts	

VINS DE BOURGOGNE

Bourgogne Royal, Chausson fils (3)	12.00
------------------------------------	-------

Morin, Père & Fils (2)

C-S qrts pts		
Macon, 12 qts		6.00
Macon, 24 qts		7.00
Beaujollis, 12 qts		6.50
Beaujollis, 24 qts		7.50
Beaume, 12 qts		7.00
Beaume, 24 pts		8.00
Chablis, 12 qts		6.50
Chablis, 24 pts		7.50
Pomard, 12 qts		7.50
Pomard, 24 pts		8.50
Nuits, 12 qts		9.00

Joseph E. Seagram, DISTILLATEUR DE FINS WHISKIES WATERLOO, Canada

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

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

Nuits, 24 pts	10.00
Chambertin, 12 qts	11.00
Chambertin, 24 pts	12.00
Mousseaux rouge, 12 qts	13.50
Mousseaux rouge, 24 pts	14.50
Mousseaux La Perdrix, 12 qts	13.50
Mousseaux La perdrix, 23 pts	14.50
Marc Bour., 12 qts	13.50
Marc Bour., 24 pts	14.50

BOURGOGNES BLANCS

F. Chauvenet (15)		
Chablis Supérieur (1893)	10.00	11.00
Chablis	8.50	9.50
Flno		

BOURGOGNES ROUGES

chauvenet (15)		
Clos de Vougeot 1900	24.00	25.00
Chambertin 1900	16.00	17.00
Corton (Clos du Roi)	12.75	13.75
Nuits	11.50	13.50
Pomard	10.50	11.50
eBaune	9.50	10.50
Beaujolais	8.50	9.50
Mâcon (Choix)	8.50	9.50

LIQUEURS

Burnett (15)		
London Dry	9.45	
Old Tom	9.45	

BOURGOGNES

Dufouleur Père & Fils, Nuit, St-Georges, France (14)		
“Macon”, p. cs., 12 qts		
“Beaujolais”, p. cs., 12 qts		
“Moulin à Vent”, p. cs., 12 qts		
“Beaune”, p. cs., 12 qts		
“Nuits”, p. cs., 12 qts		
“Volnay”, p. cs., 12 qts		
“Pommard”, p. cs., 12 qts		
“Corton”, p. cs., 12 qts		
“Chambertin”, p. cs., 12 qts		
“Clos Vougeot”, p. cs., 12 qts		

MADERE

Cossart Gordon (3), qts.	11.00
--------------------------	-------

VERMOUTH

Cazalis & Pratt (Français) (2) qts	6.50
Royal Torino (Italien) (2) quts	6.25
Nolly Pratt French Vermouth	7.75

MOSELLE

M. Sichel Söhne (14)		
Moselle Mousseux		
Muscatel ou Extra Dry		
VINS MOUSSEUX		
Bt. 1/2 Bt. 1/4 Bt.		

Ackerman Laurance.

Dry-Royal	Pts. 18.00
Dry Royal	Pts. 20.00
Dry Royal	1/2 Pts. 22.00

EAUX DU BASSIN DE VICHY (2)

Admirable (2) c-s 50 bout. qts.	5.50
Neptune c-s 50 bout. Qrts	7.00
Sans Rivale	8.00
Limonade du Bassin de Vichy (2)	
c-s 50 c-s 100	
Qrts. Pts.	

La Savoureuse	8.00	10.00
Ginger Ale Importé		
Marque “Trayder” cork (2) pt. spt.		
	1.15	0.95
Crown	1.15	0.95

Lager de Milwaukee (2) Doz. Brl.		
Miller High Life Pts Brl		
10 doz.		15.00
Miller Extrait Malt Pts Brl		
8 doz.	2.10	16.20

BIERES

Robert Porter & Co., London, Eng. (14)		
Bull Dog Bass's Ale, qts, doz.		
Bull Dog Ale, pts, doz.		
Bull Dog Ale, splits, doz.		

IMPORTED LAGER

Pabst Milwaukee Co., Milwaukee		
“Blue Ribbon” Lager, p. bb		
10 doz. pts.		
“Export Beer”, in-brown bots.		
10 doz. pts		

PORTER ANGLAIS

Read Brother, Ltd. (12)		
Guinness' Stout, Qrts	3.00	
Guinness' Stout, Pts	1.90	
Guinness' Stout, Nips	1.20	

Porter Anglais Qrts Pts Splits		
W. E. Johnson & Co. (2)		
Compass Brand 2.90 1.80 1.15 par doz.		

Bière Anglaise Qrts Pts Splits		
Bass Ale, Pts.	1.85	
Bass Ale, Nips	1.15	
Bass Ale, Nips	1.20	
W. E. Johnson & Co. (2)		
2.90 1.80 1.15 par doz.		

Guinness' (14)		
Bull Dog Brand		
Bull Dog Brand Nips		

COCKTAILS

Cook X Bernheimer Co. (14) La cse		
Manhattan, Martini, Tom Gin,		
Vermouth, Gin, Whiskey, American		11.50

“Club” (Heubleins) U. S. Standard (3)	14.00
Martini, Manhattan, Whisky, Vermouth, Tom Gin et calisses assorties (3)	

ABSINTHE

Pernod Edouard	15.00
Pernod Fils	15.00
Gempp, Pernod (14)	
Jules Pernod, c-s 12 bout. litre (2)	13.00

Levert & Shudel Orange (14)

CORDIAUX

Lawrence A. Wilson Co., Montreal (14)		
Wilson's Blackberry Brandy, p. caisse		
“Royal Crown”, vieux Blackberry Brandy Anglais, p. cs.		
“Hungarian” blackberry brandy, p. cs.		

BURGUNDY

Burgundy Royal, Chanson Fils, qts	12.00
-----------------------------------	-------

LIQUEURS

Levert & Schudel, “Real Dutch” (14)		
Anisette, p. cs., 12 bouteilles	16.50	
Apricot Brandy, p. cs., 12 bout.	10.00	
Peach Brandy, p. cs., 12 bout.	10.00	
Crème de Menthe, verte, 12 bouteilles pyramides	13.50	
Crème de Cassis, p.c.c., 12 bout.	16.50	
Curaçao, blanc, orange ou topaz, par 12 cruches	16.50	
Kirchswasser, par 12 bout.	16.50	
Maraschino, par 12 bout.	16.50	

C. Terrand (14)		
La petite Chartreuse jaune qts	22.00	
P. Garnier (2) Enghem les Bains.		

LIQUEURS

P. Garnier Enghem les Bains (2)		
	c-s	
Abricotine	1/2 Litre 24s	20.00
Apricot Brandy	1/4 Litre 24s	23.00
Anisette	Qurts 12s	14.00
Blackberry Brandy	Qurts 12s	14.00
Cherry Brandy	Qurts 12s	14.00
Crème de Cassis	Qurts 12s	13.00
Crème de Cacao	Qurts 12s	13.00
Crème de Cacao	1/2 Litre 24s	14.00
Crème de Cacao	1/4 Litre 48s	18.00
Crème de Mandarine Litre 12s		18.00

(A suivre à la page 80)

Clef à la liste ci-dessus.

Pour trouver l'agent des marchandises cotées ci-dessus, voyez le numéro après le nom qui correspond aux indications suivantes:

- | | | |
|---|--|--|
| 1. John Hope & Co., 18 St-Alexis. | 9. Law Young & Co., 28 St-Jean. | 18. Larue, Patenaude & Carignan, Limitée, 234 St-Paul. |
| 2. Laporte, Martin, Limitée, 568 St-Paul. | 12. Boivin Wilson, 520 St-Paul. | 39. Corby Distillery Co., 137 McGill. |
| 3. Walter Wonham & Sons, 6 St-Sacrament. | 13. Hudon, Hébert, 41 St-Sulpice. | 43. John Robertson, 68 McGill. |
| 4. Gillespies & Co., 12 St-Sacrament. | 14. Lawrence A. Wilson Co., Ltd., 87 St-Jacques. | 55. Ch. Brown, 42 Isabella, Toronto. |
| 5. General Distilling Co. | 15. J. M. Douglas & Co., 19 St-Nicola. | |



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”
 WHISKY
 “IMPERIAL”
 WHISKY

DISTILLES ET EMBOUTEILLES PAR

HIRAM WALKER & SONS, LIMITED

WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

ENTREPOTS:

LONDON, NEW YORK, CHICAGO
 VILLE DE MEXICO
 VICTORIA, C.B., WINNIPEG, MAN.

AGENTS: WALTER R. WONHAM & SONS

6 Rue St-Sacrement, MONTREAL

QUAND UN ARTICLE PORTE
CETTE MARQUE

TRADE **USMC** MARK

*Vous pouvez avoir
Confiance en sa qualité*

United Shoe Machinery Company of Canada
Montréal, Qué.

•• CIGARES ET TABACS ••

LA CULTURE DU TABAC AU CANADA

Nous avons parlé, dans notre précédent article sur la culture du tabac au Canada, de la fertilisation des terres dont on fait usage pour les semis de tabac. La régénération des terres et la question de l'abri des jeunes plantes feront le sujet du présent article :

REGENERATION DES TERREUX

C'est l'opération qui consiste à restituer aux terres, après qu'ils ont fourni une bonne récolte de plants, les éléments de fertilité que ces derniers ont assimilés et qui se trouvent exportés.

Les différents moyens que l'on emploie pour la fertilisation des terres peuvent servir à leur régénération.

L'important c'est de procéder à cette opération aussitôt que les semis ont cessé d'être utiles, c'est-à-dire immédiatement après que la transplantation est terminée.

A ce moment les matériaux des diverses couches sont rassemblés, mis en tas et traités comme s'il s'agissait de faire des terres neuves. Quand on juge que le résultat a été atteint les terres régénérées sont mis en réserve et, autant que possible, abrités, afin de ne pas être lavés par les pluies.

L'emploi des terres qui ont déjà servi à la production d'une récolte de plants n'est pas sans présenter de réels dangers, et l'on ne doit y recourir que lorsqu'il est impossible de se procurer des matériaux frais. Ces dangers cependant peuvent être éliminés par un traitement approprié, soit à la formoline, soit à la vapeur, dont nous parlerons le moment venu.

Une pratique défectueuse. — Un procédé parfois employé, surtout dans l'Ontario, pour la confection des couches sous toiles, est le suivant : Après avoir disposé l'encadrement sur l'emplacement choisi, on étend à la fourche une bonne couche de fumier, on bêche afin d'obtenir un mélange assez homogène, de la friabilité voulue, puis égalise au râteau et recouvre d'une mince couche de terreau rapporté.

En réalité on effectue une fumure pure et simple, juste au moment de l'ensemencement.

Si le terreau ainsi préparé est semencé tel quel, il est certain que le plus grand nombre des plantes dont les racines viendront en contact avec les parcelles de fumier non encore décomposées développeront des maladies, ne serait-ce que la mosaïque, ou nielle.

Dans le cas où le terreau serait traité sur place par la vapeur ou la formoline le développement des maladies serait moins à craindre, mais il serait superflu d'attendre un effet réel d'une fumure faite si tard et dont les éléments fertilisants n'auraient pas eu le temps de s'incorporer à la masse du grossier terreau ainsi constitué.

Les terres doivent être d'une composition aussi homogène que possible, ce résultat ne peut s'obtenir qu'en les préparant longtemps à l'avance.

DES ABRIS.

Afin d'être assurées d'une venue aussi régulière que possible les jeunes plantes doivent être abritées du froid et des variations brusques de température. On y pourvoit au moyen d'abris de différentes sortes que l'on classe dans les deux catégories d'abris verticaux et d'abris de surface.

Abri verticaux. — Ils ont pour objet d'abriter le semis des vents dominants qui, à la saison où les couches sont établies, ne peuvent qu'exposer ces dernières à de forts abaissements de température.

Dans le cas des semis sur terre de forêt l'abri le plus naturel est un rideau d'arbres assez épais pour arrêter ou briser les rafales. Cet abri cependant est généralement insuffisant pendant la première partie du printemps, tant que les arbres sont dépourvus de feuilles, et il est prudent de le compléter par des palissades établies du côté le plus exposé, et dont la hauteur varie avec la surface à protéger. On peut admettre qu'une palissade abrite du vent, dans le sens perpendiculaire à son alignement, une étendue de terrain égale à trois ou quatre fois sa hauteur. Quand on craint des vents soufflant de directions différentes on doit établir des palissades se croisant à l'angle voulu sans laisser entre elles d'intervalles par lequel le vent pourrait s'engouffrer.

Les palissades peuvent être formées par de simples fascines de 6 à 7 pieds de long, solidement retenues par des piquets et des barres transversales. Les palissades en planches fournissent un meilleur abri dont le seul inconvénient est d'être relativement coûteux.

Quand les semis sont établis à proximité des bâtiments ces derniers constituent d'excellents abris verticaux. On doit cependant prendre la précaution d'établir les couches à une distance des constructions telle que les eaux de pluie ou de la fonte des neiges puissent ruisseler des toits sans produire d'inondations dans le voisinage immédiat des couches.

Abri de surface. — Ils ont pour double objet d'empêcher le refroidissement des couches en même temps que les élévations trop brusques et trop grandes de température. Ils peuvent être formés des matériaux les plus divers.

Dans les pays tropicaux on abrite souvent les semis en pleine terre tout simplement par de légers branchages disposés au-dessus de la couche semencée. L'effet de ces branchages est d'atténuer l'action des rayons solaires en fournissant un léger ombrage, et de protéger la couche des incursions des oiseaux et des volailles. C'est un système un peu primitif mais d'une efficacité incontestable tout au moins tant que les jeunes plantes n'ont pas atteint un trop grand développement.

L'abri en toile légère (mousseline, toile à fromage), simplement étendu sur des traverses et maintenu par des piquets a lui aussi pour objet de défendre la couche contre un soleil trop ardent plutôt que du froid. Il

devient plus efficace quand on l'emploie sur des encadrements car, alors, il s'oppose dans une certaine mesure au refroidissement nocturne. Dans ce cas il défend le semis à la fois contre le froid et l'excès de chaleur.

L'emploi des abris en toile exige certaines précautions. La plus importante est, dès que le tissu de la toile est assez serré pour opposer une certaine résistance au passage des eaux de pluie, d'assurer à l'abri une pente suffisante pour que ces eaux ruissellent rapidement et tombent, autant que possible, hors de la couche, au lieu de se rassembler à la partie centrale de cette dernière. Le meilleur moyen est de ménager une double pente en supportant la toile par une traverse en bois, placé à la partie centrale de la couche, dans le sens longitudinal. On obtient ainsi une sorte de tente en forme de double toit aplati.

Si l'on veut en même temps s'opposer aux incursions des insectes il faut que les toiles soient retenues sur les encadrements au moyen de nombreux crochets. On peut encore, au lieu de se servir de crochets, fixer les toiles sur des perches assez lourdes et autour desquelles on les enroule ou déroule selon les besoins. Le poids de ces perches est généralement plus que suffisant pour assurer un contact intime entre les toiles et les encadrements.

Les abris en toile peuvent rendre de grands services dans les pays à climat tempéré, où le printemps s'établit d'assez bonne heure, et surtout où les pluies de printemps ne sont ni fréquentes ni trop abondantes. On ne peut attendre d'eux une protection efficace ni contre des froids rigoureux, ni contre des fortes pluies.

On peut cependant, dans une large mesure, assurer l'étanchéité des toiles en les imprégnant d'huile de lin. On obtient ainsi un abri presque imperméable mais qui, s'il résiste mieux à la pluie, perd le principal avantage de l'abri en toile, sa perméabilité à l'air.

Les toiles huilées doivent être manoeuvrées de la même manière que les châssis vitrés, car elles sont presque aussi étanches. Elles protègent les couches très efficacement pendant la nuit contre les refroidissements, par contre elles emmagasinent peu de chaleur pendant la journée. D'autre part l'enduit huileux qui assure leur imperméabilité retient très facilement les poussières, de sorte que, très rapidement, elles prennent une couleur sale, foncée, qui diminue la quantité de lumière fournie à la couche. En réalité, malgré leur solidité, les toiles huilées ne peuvent guère servir plus d'une saison à cause de leur facilité à s'encrasser.

Dans certains centres de culture, toujours dans des pays à climat tempéré, on emploie, au lieu de toiles, des papiers huilés.

Ces derniers, après avoir reçu deux ou trois couches d'huile de lin, acquièrent une texture spéciale et deviennent presque translucides. Ils résistent bien à l'action de l'eau et, au point de vue de l'absorption de la lumière, tiennent le milieu entre l'abri en toile et l'abri en verre. Ils sont d'une durée limitée, car, sous l'action prolongée du soleil, ils se dessèchent et perdent avec leur résistance une partie de leur transparence: ils se salissent aussi de la même manière que les toiles huilées, mais leur prix de revient est si minime qu'on peut les renouveler chaque saison en utilisant les mêmes montures.

Le châssis en verre constitue, de tous les abris, de beaucoup le plus étanche. C'est celui qui permet l'absorption de la plus grande quantité de chaleur, en réalité, par les journées ensoleillées, quelle que soit la tem-

pérature extérieure, il faut le surveiller de près si l'on ne veut pas que la température des couches atteigne des limites dangereuses.

Ce châssis, étant très étanche, réduit l'évaporation au minimum, aussi a-t-il une tendance à maintenir au-dessus des jeunes plantes une atmosphère saturée d'humidité, tiède, et qui doit être souvent renouvelée. Mais la facilité avec laquelle il absorbe la chaleur solaire permet d'aérer la couche presque par tous les temps. Le semis se trouve par suite placé dans les conditions les plus favorables au développement normal des plants — température suffisante pour une bonne aération.

LES ENNEMIS DES SEMIS DE TABAC

Les jeunes plants de tabac offrent une proie facile aux insectes. Ceux-ci, surtout sous les climats tempérés, envahissent les couches quand les encadrements font défaut, sont insuffisants ou défectueux. Ils peuvent même provenir des terreaux, qui les contiennent à l'état de larves dont l'évolution est facilitée par la température des couches.

Les limaces et limaçons sont de sennemis nocturnes. On peut s'en débarrasser en plaçant le soir sur les couches des écorces de saule fraîches, des tranches de carottes sur lesquelles elles se rassemblent pendant la nuit. Le matin de bonne heure on les recueille sur ces abris et on les détruit. On peut encore entourer les semis d'un cordon de chaux vive ou de sel de cuisine; des bourrelets de crin ou de coton frisés s'opposent assez efficacement à leur avance. Dans tous les cas les abords des couches doivent être tenus très nets, les herbes pouvant servir d'abri pendant la journée.

Les pucerons s'attaquent aussi aux semis. Quand le soleil est chaud ils se rassemblent sous des abris. On met à leur disposition des écorces humides sous lesquelles on les trouve et les détruit.

Les vers de terre peuvent être chassés au coucher du soleil ou la nuit, en évitant de faire du bruit, ou encore en plein jour en ébranlant les couches par des chocs sur les encadrements ou au moyen de perches passées en dessous. On peut s'en débarrasser d'une manière presque aussi radicale en mélangeant un peu de suie au terreau de la partie supérieure.

Dans certains pays chauds, un petit scarabée, coléoptère du groupe altise (flea beetle), occasionne parfois des dégâts considérables. Il craint l'humidité et on peut le combattre par des arrosages. Des solutions de nicotine en pulvérisation ont donné d'excellents résultats, ce serait le traitement le plus rationnel. On peut aussi employer en pulvérisation le mélange suivant: 3 onces de fleur de soufre, 4 onces de sulfate de cuivre finement pulvérisé, 14 livres de chaux délitée à l'air, 21½ onces de vert de Paris (formule J. G. Smith et C. R. Blacow).

Les taupes, les courtilières, font parfois d'importants dégâts. Heureusement on les rencontre assez rarement au Canada.

La première est peu à craindre quand on a pris les précautions indiquées plus haut pour l'établissement des couches demi-chaudes. On peut la chasser au piège ou défoncer les talus vers midi ou au coucher du soleil et l'enlever d'un coup de bêche au moment où elle se remet au travail. La courtilière peut être asphyxiée en inondant ses galeries avec de l'eau additionnée de 1/20 d'huile, on peut encore employer du goudron de houille déposé à l'orifice des couloirs, à la dose d'un petit verre à liqueur environ.

TABACS--CIGARES--CIGARETTES

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes.—Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

IMPERIAL TOBACCO COMPANY OF CANADA, Limited

CIGARETTES	Le 1,000
Bouquet, 7s. boîte 350, par bte	\$2.18 6.22
Calabash	11.50
Columbia, petits cigares	12.50
Dardanelles "Turques", bouts unis	13.00
Dardanelles "Turques", bouts en liège ou en argent.	13.00
Derby s, bte de 600, par bte \$4.30	7.15
Fatima 20s	10.75
Guinea Gold	8.50
Gloria 7s	6.22
Gold Crest 20s	6.50
Hasan "Turques", bouts en liège ou en or	8.80
Mecca "Egyptiennes", bouts unis ou en or	8.80
Mogul "Egyptiennes", bouts unis ou en liège.	12.75
Murad "Turques", bouts unis.	12.75



New Light, Petits cigares	8.80
Niobe "Turques"	8.50
Old Chum, bouts unis ou en or	8.50



Old Gold, 6s. bte de 600, la bte	\$4.10 6.83
Pall Mall, format ordinaire.	19.50
Pall Mall, format royal	26.00
Players Navy Cut	8.70



Richmond Straight Cut, bte de 10	11.50
--	-------

Richmond Straight Cut, bte de 20	11.00
Sweet Caporal	8.80
Sweet Sixteen 7s, bte de 700, la boîte	\$4.35 6.22
Sub Rosa, petits cigares	8.80
Cigarettes importées.	
Capstan, douce et medium.	14.00
Capstan, bte de 10 avec porte-cigarettes	14.00
Soussa, importées du Caire, Egypte extra fine, No 25.	21.50
Soussa, extra fine, No. 30.	24.50
Soussa, Khedivial	32.50
Three Castles, bte de fer-blanc, 50s, bte de carton 10s.	17.00
Three Castles, bte de fantaisie.	17.50
Tabacs à Cigarettes.	
B. C., No. 1, 14s.	1.18
Sweet Caporal, 15s	1.25
Tabacs coupés.	
Old Chum, 12s	0.99
Meerschaum, 12s	0.99
Athlete Mixture, bte en fer-blanc, ½ et ¼ lb.	1.50
Old Gold, 18s	1.13
Seal of North Carolina, 18s.	1.04
Duke's Mixture, "Cut Plug", 1/18	1.04
Duke's Mixture "Granule" 1/18	1.04
Old Virginia, pqts ½ et 1 lb.	0.80
Old Virginia, pqts 1/16	0.70
Bull Durham, sac 1-11 et 1-16.	1.80
Snap, pqts ½ et 1-16	0.67
Calabash Mixture, bte ½ et 1 lb	1.45
Calabash Mixture, bte ¼ lb.	1.50
Calabash Mixture, importé, bte ¼	1.60
Pride of Virginia, importé, bte 1/10	1.60
Capstan Navy Cut, importé, bte ¼ moyen et fort	1.60
Old English Curve Cut, importé boîte 1/10	1.45
Tuxedo, importé, boîte 1/10.	1.50
Lucky Strike, importé, boîte, 1/10	1.60
Rose Leaf, importé, à chiquer pqts 1 oz.	1.40
Tabacs à chiquer importés.	
Piper Heidsieck	1.40
Tabacs on poudre.	
Copenhagen, en btes de 1/12 lb.	0.95



Horse Shoe	0.95
Rose No 1 de Landry.	0.38
Rose No 1 de Houde	0.40
Tabacs à chiquer en palettes.	
Moose, 12s, ½ cads., 12 lbs., cads. 18 lbs.	0.46
Snowshoe bars, 6s, ½ butts, 12 lbs.	0.56
Stag bars, 6s, ½ butts, 12 btes 6 lbs.	0.48
Black Watch, 7½s, ½ butts, 9½ lbs, btes 4 lbs.	0.60
Bobs, 6s, ½ cads., 12 lbs., ¼ cads., 6 lbs.	0.46
Bobs, 12s, ½ butts, 12 lbs, btes	

6 lbs.	0.46
Currency, 6s, ½ butts, 9 lbs.	0.46
Currency Navy, 12s, ½ cads, 12 lbs, ¼ cads., 6 lbs.	0.46
Pay Roll thick bars, 8½ butts, 21 lbs., btes 6 lbs.	0.68
Empire Navy bars, 8s, btes 6 lbs.	0.64
Walnut bars, 8s, btes 6 lbs.	0.64

EMPIRE BRANCH

Tabacs à fumer en palettes.	
Pedro bars, 5 5-7. btes 7 lbs.	0.67
Rosebud bars, 7½, butts 21½ lbs., btes 6 lbs.	0.57
Ivy, 8s, butts 18 lbs., ½ butts 9 lbs.	0.64
Shamrock bars et plugs, 7½s, ½ butts, 12 lbs., btes 6 lbs.	0.57
Derby, 7s, btes 8 lbs.	0.56
Tabacs Coupés.	
Great West, sac 9s.	0.72
Forest & Stream, bte 1/11.	0.89
Forest & Stream, bte ¼, ½ et 1 lb.	0.80
Forest & Stream, jarre de 1 lb. avec humecteur	1.00



THE B. HOUDE CO., LTD., QUEBEC.

Tabac coupés à fumer.	
Trappeur—	
Pqts 1/12, boîtes 5 lbs.	0.48
Sacs 1/14, boîtes 5 lbs.	0.56
Pqts ½ lb.	0.40
Paqt 1 lb.	0.40
Comfort—	
Sacs 1/14, boîtes 5 lbs.	0.56
Casino—	
Pqts ¼ lb., boîtes 5 lbs.	0.32
Pqts 1/10 lb., boîtes 5 lbs.	0.40
Pqts ½ lb.	0.30
Pqts 1 lb.	0.28
Horse Shoe Solace—	
Pqts 1/12 lb., boîtes 5 lbs.	0.48
Pqts ½ lb.	0.48
Pqts 1 lb.	0.48
Pqts 1 lb. avec pipe à l'intérieur	0.58
Boîte de fer-blanc, ¼ lb.	0.58
Gold Block—	
Sacs 1/14, boîtes 5 lbs.	0.58
Sacs 1/9, boîtes de 5 lbs.	0.58
Boîtes en métal ¼ lb.	0.75
Brown Shag pour fumer et chiquer—	
Pqts 1/12 lb., boîtes de 5 lbs.	0.48
Pqts ½ lb.	0.46
Pqts 1 lb.	0.46
Signam Cut Plug—	
Sacs 1/14 lb., boîtes de 5 lbs.	0.56
Pqts 1/12 lb., boîtes de 5 lbs.	0.48
Pqts ½ lb.	0.46
Carillon (pour fumer et chiquer)—	
Pqts 1/11 lb., boîtes de 5 lbs.	0.44
Como—	
Pqts 1 lb. avec pipe à l'intérieur	0.48
Lion Brand (Coupé gros pour chiquer)—	

Sacs en papier 1/12, boîtes 5 lbs.....	0.45	Pqts ½ lb.	0.60	Pqts ½ lb.	0.55
O. K. (scrap à chiquer)—		Pqts 1 lb.	0.60	Pqts 1 lb.	0.55
Sacs en papier 1/7, boîtes 5 lbs.	0.52	"Ligne Spéciale No. 40"—		L. L. V.—	
Tri-Color		Ligne spéciale No 40	0.40	Pqts ½ lb.	0.55
Pqts 1/10, boîtes de 5 lbs....	0.40	Pqts. 1/10 lb. boîtes de 5 lbs.	0.40	Pqts 1/14, boîtes de 5 lbs....	0.60
Houde's No. 1—		Pqts. 1-5 lb.	0.40	Petit Poucet—	
Pqts 1 lb. avec pipe à l'intérieur	0.54	Pqts. ½ lb.	0.32	Pqts 1/14, boîtes de 5 lbs....	0.58
Pqts ½ lb., boîtes de 5 lbs....	0.55	Pqts 1 lb.	0.40	Le Petit Jaune—	
Pqts ¼ lb.	0.50	Ligne Spéciale	0.40	Pqts 1/14, boîtes de 5 lbs....	0.58
Pqts 1 lb.	0.50	Red Cross—		Calabrese—	
Vallée de fer-blanc, 1 lb....	0.54	Pqts 1/12, boîtes de 5 lbs....	0.48	Pqts 1-16, boîtes de 5 lbs....	0.70
Micmac (Coarse Cut Chewing)—		Pqts ¼ lb.	0.48	Swoboda—	
Sacs en papier 1/12, boîtes 5 lbs.	0.45	Pqts 1/9, boîtes de 5 lbs....	0.69	Boîtes glissantes 1/10, btes 5 lbs.	0.74
Houde's Fine Cut (pour fumer et chiquer)—		Tiger—		Carlo—	
Pqts 1/14, boîtes de 5 lbs....	0.60	Pqts 1/12, boîtes de 5 lbs....	0.48	Pqts 1/16, boîtes de 5 lbs....	0.65
Pqts 1/7, boîtes de 5 lbs....	0.60	Montcalm—		Ali Baba—	
Hudson (pour fumer et chiquer)—		Pqts 1 lb.	0.30	Pqts 1/16, boîtes de 5 lbs....	0.70
Pqts 1/14, boîtes de 3 lbs....	0.60	Encore—		Pqts 1/11, boîtes de 5 lbs....	0.75
Pqts 1/7, boîtes de 5 lbs....	0.60	Pqts 1/12,, boîtes de 5 lbs....	0.48	Botteff—	
Golden Leaf—		Pqts ½ lb.	0.48	Pqts 1/16, boîtes de 5 lbs....	0.70
Pqts 1/15, boîtes de 5 lbs....	0.60	Pqts ¼ lb.	0.48	Pqts 1/11, boîtes de 5 lbs....	0.75
Pqts ½, boîtes de 5 lbs....	0.60	Pqts 1 lb.	0.48	Pqts 1/16, boîtes de 5 lbs....	0.70
Boîtes de fer-blanc, ½ lb....	0.68	Sacs ¼, boîtes de 5 lbs....	0.58	"Sunrise—	
Boîtes de fer-blanc, ¼ lb....	0.75	Rouge et Quesnel—		Pqts. 1/13, boîtes de 1 lb. et 5 lbs.	1.05
Rainbow—		Pqts 1/12, boîtes de 5 lbs....	0.48	Tabacs à cigarettes, turc	
Pqts 1/10, boîtes de 5 lbs....	0.80	Pqts 1/6 lb.....	0.45	Houde's Turkish—	
Boîtes de fer-blanc, ½ lb....	0.83	Pqts ½ lb.....	0.45	Pqts 1/15, boîtes de 2 lbs....	1.15
Boîtes de fer-blanc, ¼ lb....	0.88	Pqts 1 lb.	0.45	Yafa—	
Sacs 1/8 lb., boîtes de 5 lbs.	0.90	Quesnel—		Pqts 1/16, btes de 2 et 5 lbs.	1.25
Champaign—		Pqts 1/5 lb.	0.50	Osman—	
Pqts 1/11, boîtes de 5 lbs....	0.85	Pqts ½ lb.	0.50	Pqts 1/16, boîtes de 2 lbs....	1.25
Morning Dew—		Pqts 1 lb.	0.50	Hochfeiner—	
Pqts 1/11, boîtes de 5 lbs....	0.85	Houde's Best One Dollar Mixture (Quesnel)—		Pqts 1/16, boîtes de 2 lbs....	1.25
Boîtes en métal, ½ lb.....	0.94	Pqts 1/11, boîtes de 5 lbs....	0.90	Palettes pour chiquer	
Cremo—		Pqts 1/5 lb.	0.90	Spun Roll—	
Pqts 1/15, boîtes de 5 lbs....	0.60	Pqts ½ lb.	0.90	1/16, boîtes 1 lb.....	0.70
Standard—		Pqts 1 lb.	0.90	Coupé et Pressé Naturel	
Pqts 1/10, boîtes de 5 lbs....	0.80	Napoléon—		Original (Quesnel)—	
Boîtes en métal, ¼ lb.....	0.85	Pqts 1-16 lb., boîtes de 5 lbs....	0.40	Pqts 1/9, boîtes de 5 lbs....	0.70
Jockey—		Bellefeuille—		Pqts ¼ lb., boîtes de 5 lbs....	0.70
Pqts 1/15, boîtes de 5 lbs....	0.60	Pqts ½ lb.	0.32	Palettes tranchées	
Patriot—		Pqts ¼ lb.	0.32	Atlas—	
Boîtes en métal, 1 lb.....	0.35	Pqts 1 lb.	0.30	Btes glissantes ½, btes 5 lbs.	0.60
Handy (Cut Plug)—		Houde's Quesnel—		Bamboo (Curved Cut)—	
Sacs 1/11, boîtes de 5 lbs....	0.80	Pqts 1/16, boîtes de 5 lbs....	0.68	Btes en métal 1/11, btes de 3 lbs.	0.85
Alice—		Pqts 1/9, boîtes de 5 lbs....	0.68	Caribou—	
Sacs 1 lb.	0.35	Prairie—		Boîtes ¼, boîtes de 5 lbs....	0.60
Cadet—		Pqts 1/12, boîtes de 5 lbs....	0.48		
Pqts 1/14, boîtes de 5 lbs....	0.58	Rouge—			
Boîtes de métal, ¼ lb.....	0.75	Pqts ½, boîtes de 5 lbs....	0.32		
Old Style—		Pqts ¼ lb.	0.32		
Pqts 1/11, boîtes de 5 lbs....	0.85	Pqts ½ lb.	0.32		
Senator—		Pqts 1 lb.	0.30		
Pqts 1/11, boîtes de 5 lbs....	0.90	Golden Broom—			
Sacs 1/6, boîtes de 5 lbs....	1.00	Boîtes en métal 1/7	0.50		
Boîtes en métal, ½ lb.....	0.95	Houde's Special Parfum d'Italie—			
Jolly Good Navy Cut—		Pqts 1/12, boîtes de 5 lbs....	0.48		
Boîtes en métal 1/9, btes 2 lbs.	1.10	Richelleu—			
Tabac à fumer, coupe naturelle.		Pqts 1/12, boîtes de 5 lbs....	0.48		
Extra Parfum d'Italie (Quesnel)—		Tabacs à Cigarettes			
Pqts 1/14 boîtes de 5 lbs....	0.56	Rugby—			
Mon Ami (Pure Quesnel)—		Btes glissantes 1/10, btes 5 lbs	0.77		
Pqts 1/10, boîtes de 3 lbs....	0.75	Pqts. 1/16, boîtes de 5 lbs.	0.70		
		Pqts ½ lb.	0.70		
		Pqts 1 lb.	0.70		
		Petit Bleu—			
		Pqts 1/14, boîtes de 5 lbs....	0.60		
		Pqts 1/9, boîtes de 5 lbs....	0.60		

LIQUEURS

(Suite de la page 74)

Crème de Cacao	¼ Litre	48s	18.00
Crème de Cacao,	½ Litre	24s	14.00
Crème de Mandarine	½ Litre	24s	19.00
Crème de Mandarine	¼ Litre	48s	23.00
Crème de Menthe Verte	Qrts	12s	13.00
Crème de Menthe Verte,	¼ Litre	48s	18.00
Crème de Menthe Blanche	Qrts	12s	13.00
Crème de Vanille	Qrts	12s	13.00
Crème de Violette,	Qrts	12s	13.00
Crème de Roses	¼ Litre	48s	18.00
Curacao Rouge	Cruchon	12s	12.50

Demandez le Tabac à Fumer

"RICHELIEU"

Pavillon en Satin dans les Paquets

Manufacturé par

THE B. HOUDE COMPANY, LIMITED, QUEBEC

LE TABAC A CUBA

Selon le rapport de la Douane de Cuba ce pays a exporté, pendant la première moitié du mois d'octobre, 4,683,671 cigares contre 2,107,641 pour la période correspondante de l'année dernière, soit une augmentation de 2,576,030 cigares. Ces exportations ont été distribuées comme suit :

Etats-Unis, 2,194,469; Grande-Bretagne, 1,746,262; Chili, 257,540; Danemark, 204,500; Canada, 94,800; République Argentine, 68,000; Portugal, 25,500; Espagne, 20,800; Uruguay, 17,500; Afrique anglaise, 17,000; Australie, 15,350; Panama, 10,500; Costa Rica, 3,300; Colombie, 3,200; Vénézuéla, 12,500; Gibraltar, 1,500; Antilles hollandaises, 1,100; Antilles françaises, 400.

Du 1er janvier au 15 octobre 1915 les exportations se sont élevées à 88,572,322 cigares, contre 100,425,675 pour la période correspondante de 1914, soit une diminution de 11,853,353 cigares.

Pour la première moitié d'octobre les augmentations et diminutions d'exportations, par pays, comparées à celles de 1914 sont comme suit :

AUGMENTATIONS

	Cigares
Grande-Bretagne	1,571,781
Etats-Unis	947,809
Danemark	204,500
Chili	189,990
Argentine	66,000
Portugal	25,500
Uruguay	17,500
Afrique-anglaise	17,000
Espagne	16,800
Total	3,056,880

DIMINUTIONS :

	Cigares
Australie	228,125
Canada	158,700
Afrique espagnole	52,000
Egypte	26,500
Total	465,325

Il y a donc une amélioration dans les affaires du 1er au 15 octobre, mais comme les statistiques accusent une diminution de 49,546,029 cigares pour les neuf premiers mois et demi de l'année les Cubains n'ont guère lieu de se réjouir.

Il y a beaucoup de travail, actuellement, dans les grandes fabriques de cigares et cigarettes de la Havane, mais dans les autres fabriques on travaille sans profit.

Du 21 au 28 octobre on a vendu, à la Havane, 9,600 balles de tabac en feuilles, dont 3,200 balles de Vuelta Abajo, 800 de Partido et 5,000 de Remedios.

Et l'on a reçu pendant la semaine terminée le 14 octobre, 902 balles de Vuelta Abajo, 962 de Semi-Vuelta, 294 de Partido et 12,231 de Remedios, soit en tout 14,389 balles.

LA VITRINE DU MARCHAND DE TABAC

Les marchands de tabac ne devraient jamais oublier que pour eux la vitrine peut être l'annonce la meilleur marché et celle qui est susceptible de leur rapporter le plus de bénéfices.

Ceux qui vendent surtout des cigares, des pipes et des articles de fantaisie pour fumeurs ont toutes les facilités de faire de beaux étalages qui attirent l'attention des passants.

Dans les prix du loyer d'un magasin la vitrine compte pour une bonne partie. Il faut donc lui faire payer une partie proportionnée des dépenses générales.

Le bon étalage est celui qui fait naître chez le passant le désir de posséder l'un des objets qui le composent. L'étalage qui n'atteint pas ce but, quelque brillant qu'il soit, est presque inutile.

LE TABAC DANS LES COLONIES ANGLAISES

Un grand effort est fait en ce moment pour développer la production du tabac dans les colonies britanniques. D'Egypte au Cap, cette production s'est accentuée depuis 1906 en ce qui touche le tabac dit turc. D'autre part, dans le Nyassa, la culture du tabac de Virginie est florissante.

Des tentatives analogues sont faites dans l'île de Chypre où l'industrie du tabac fut à un moment donné très florissante.

On essaye aussi d'étendre en Australie les terrains de culture. Le "War Office" a discuté tout dernièrement un arrangement pour procurer aux soldats du tabac des colonies et des protectorats anglais.

L'ECUME DE MER

L'écume de mer, qui est un silicate terreux de magnésie vient de l'Asie Mineure. On l'extrait du sol à peu près comme le charbon. Près de Eski-Shehir, une station importante du chemin de fer anatolien, où l'on trouve de riches gisements d'écume de mer, on creuse des puits de 25 à 30 pieds de profondeur, et dès que l'on rencontre une veine on creuse des galeries horizontales qui atteignent parfois une longueur considérable.

Dans son état brut l'écume de mer est assez molle pour être facilement coupée avec un couteau, comme du fromage. Elle est blanche et couverte de glaise rouge. Avant de l'exporter il faut lui faire subir une longue et coûteuse manipulation.

Les pipes en imitation d'écume de mer ne se culottent pas et elles se dissolvent quand on les submerge dans l'eau pendant trente-six heures.

UN RESULTAT INATTENDU DE LA GUERRE.

Un résultat inattendu de la guerre a été de démontrer le précieux stimulant qu'est le tabac au point de vue moral. Nombreux sont les récits héroïques qui nous ont été rapportés du front par des personnes dignes de foi et où la cigarette et la pipe ont joué un rôle sans éclat peut-être, mais d'une utilité incontestable. Le tabac est le grand soutien du soldat : avec une pipe bien bourrée, ou une cigarette à la bouche, il sait affronter tous les dangers et résister à toutes les intempéries. On pourrait presque dire que le tabac est une "arme" dans son genre, de toute façon il constitue une "armure" solide contre la dépression et l'ennui. Dans une guerre de durée, c'est une force qui a son prix.



Il y a une Fissure DANS VOS VENTES

ELLE PEUT ETRE REMPLIE

par l'emploi de notre Système tout à fait moderne de Commandes par la Poste.

Nous avons le stock le plus considérable

de FERRONNERIE de l'EST du CANADA

Les commandes par la poste sont l'objet d'une PROMPTE ATTENTION.

Toutes les commandes sont intégralement exécutées.

PRENEZ NOTE de la liste suivante d'articles de la saison dont nous tenons DES STOCKS CONSIDERABLES.

Horloges

Sas à Cendre

Patins à Glace

Manches de Hache

Couvertures de Cheval

Pièges à Gibier

Tuyaux de Poêle

Matériaux pour Toiture

Coutellerie

Services à Découper

Fer à Repasser Electriques

Raquettes

Clochettes de Traîneau

Scies à Deux Mains

Pelles à Neige

Lanternes

Outils de Bûcherons

Bourrelets pour Portes et Fenêtres

Machines à Coudre

Balais Mécaniques

Traîneaux pour Enfants

Chaufferettes pour Voiture

Bourrelets pour Collier

Paillassons

Registres

Cannes de Hockey

Scies à Bûches

Armes à Feu—Munitions—Articles de Sports de tous Genres

Lewis Bros., Limited, Montréal
Boîte Postale 1450

FERRONNERIE QUINCAILLERIE

LES MINERAUX DE LA PROVINCE DE QUEBEC

La plus grande partie de la province de Québec est virtuellement territoire inexploré. Seule, la lisière sud de la province est assez bien connue, au point de vue des gisements minéraux, et l'on peut dire que, sur les 700,000 milles carrés environ qui la constituent, une étendue de 40,000 milles seulement a été l'objet de prospections plus ou moins systématiques et assidues. Il reste donc au prospecteur de vastes champs d'action, des territoires vierges pleins de possibilités attrayantes. C'est un fait remarquable que la totalité de la production minérale de la province de Québec, qui s'est élevée en 1913 à \$13,000,000, provient exclusivement des districts depuis longtemps colonisés.

Nous nous contenterons, ici, d'énumérer, par ordre alphabétique, les minéraux dont on a reconnu la présence dans la province de Québec.

Aluminium

L'industrie de l'aluminium dans la province de Québec est essentiellement une industrie métallurgique. Une importante usine de réduction est installée à Shawinigan Falls, où l'on a utilisé les chutes d'eau de la rivière Saint-Maurice. Cette usine a une capacité de production de 25 tonnes d'aluminium par jour. On s'y sert exclusivement de minerais étrangers, surtout de bauxites importées de France, d'Allemagne et des Etats-Unis. Il est possible cependant qu'il existe dans la province de Québec des minerais d'aluminium, qui, tôt ou tard, pourront être mis en lumière.

Amiante

Les gisements d'amiante de la Province de Québec sont les plus importants du monde entier, et fournissent 80 pour cent de la consommation mondiale de cette substance. En 1913, la valeur de la production des mines d'amiante de la province de Québec s'est élevée à \$3,800,000. Les mines sont situées dans la zone de serpentine des cantons de l'Est, et les principaux centres de production sont: Thetford, Black Lake et Danville, (comtés de Mégantic et Richmond). L'amiante se trouve en veines et veinules dans la serpentine, qui est elle-même une altération de roche riche en péridot.

Antimoine

On ne connaît qu'un seul gisement d'antimoine, lequel est situé dans le comté de Wolfe, à South Ham.

Arsenic

On n'a pas encore, il est vrai, découvert de gisements exploitables d'arsenic, mais il est cependant intéressant de noter la présence d'arsenic natif, en assez grande quantité, dans certaines des roches ignées du Mont-Royal, à Montréal.

Cuivre

On a découvert, dans la région des cantons de l'Est, surtout dans la région de Sherbrooke, de nombreux gisements de sulfures cuprifères; dès 1840, on avait commencé à les exploiter. Les minerais se rattachent à deux types principaux: (1) Pyrite de fer et Chalcopyrite, en amas de sulfures purs, dans lesquels la pyrite de fer prédomine. La teneur du cuivre de ces minerais varie entre une simple trace de 20 pour cent. (2) Chalcopyrite, Chalcocite et Cuivre panaché, dissémi-

nés dans une gangue de quartz. Ces derniers gisements sont en veines plutôt qu'en amas.

En 1913, la production de pyrites de fer cuprifères atteignit près de 90,000 tonnes. Ces minerais sont employés à la fabrication de l'acide sulfurique et les résidus de ce premier traitement sont envoyés aux usines métallurgiques pour l'extraction du cuivre.

Dans le comté de Matane, on a reconnu la présence du cuivre natif en divers endroits, et à plusieurs reprises des cultivateurs, en labourant, ont trouvé d'assez grosses pépites de cuivre natif.

Feldspath

On trouve, dans les terrains laurentiens, de grands gisements de feldspath, qui contiennent généralement une certaine proportion de quartz. Il y en a d'importants dépôts au nord de la rivière Ottawa, mais on n'exploite le feldspath que comme sous produit au cours de l'exploitation du mica, ces deux minéraux se trouvant assez fréquemment associés. On exploite cependant une petite quantité des feldspath très pur que l'on utilise à la fabrication de dents artificielles.

Fer

Les minerais de fer que l'on trouve en grande abondance dans la province de Québec sont malheureusement très riches en titane. Il en existe de grands gisements sur la bordure des massifs d'anorthosite qui recoupent les roches laurentiennes en maints endroits. On a reconnu la présence de gros amas de fer titanifère sur la côte nord du fleuve Saint-Laurent, en aval de Québec, ainsi que dans la région du Lac Saint-Jean, et au nord de la ville de Montréal, à Ivry et à Saint-Jean.

Dès 1740, on exploitait des minerais de fer des marais dans la région du Saint-Maurice, au nord du lac Saint-Pierre, et actuellement de petits hauts-fourneaux à charbon de bois traitent ces minerais et produisent de la fonte de haute qualité.

Il y a aussi des gisements de magnétite dans les terrains laurentiens au nord de la rivière Ottawa, et quelques-uns de ces dépôts ont, pendant quelque temps, donné lieu à des exploitations importantes.

En outre de ceux mentionnés ci-dessus, il existe des gisements de minerais de fer, plus ou moins importants, dans les cantons de Spalding, Leeds et Inverness.

Fer chromé ou chromite.

Des gisements de fer chromé se trouvent au sein des serpentines des cantons de l'Est, et aussi dans le prolongement de ces roches à l'intérieur de la péninsule de Gaspé. Entre les années 1894 et 1908, l'exploitation du fer chromé fut très active, mais depuis quelques années cette industrie périclita. Les dépôts de fer chromé se trouvent en amas lenticulaires ou poches dont le volume varie; la plus grosse lentille exploitée avait 80 pieds de longueur sur une largeur variant de 5 à 50 pieds. Le centre de l'industrie de fer chromé de la province de Québec est Coleraine, dans le comté de Mégantic.



DERRIERE
LA BOITE

EST LA
MANUFACTURE

qui prépare ce produit de qualité supérieure, la

Peinture Anglaise B-H

Derrière la manufacture est l'organisation industrielle qui fait les projets de la campagne de vente, les met à exécution et place cette peinture devant la population de ce pays.

**LA PEINTURE "ANGLAISE" B-H,
LA MANUFACTURE QUI LA PREPARE,
ET L'ORGANISATION DE LA VENTE,**

sont toutes des facteurs puissants dans le succès de chaque vente de peinture que vous faites.

Seule la *MEILLEURE* peinture peut *RETENIR* la clientèle, mais notre campagne de vente pour 1916 sera un grand facteur dans la vente de cette *MEILLEURE* peinture. Ecrivez aujourd'hui pour demander les prix et les plans de campagne pour la vente de 1916.

BRANDRAM-HENDERSON LIMITED

Montreal

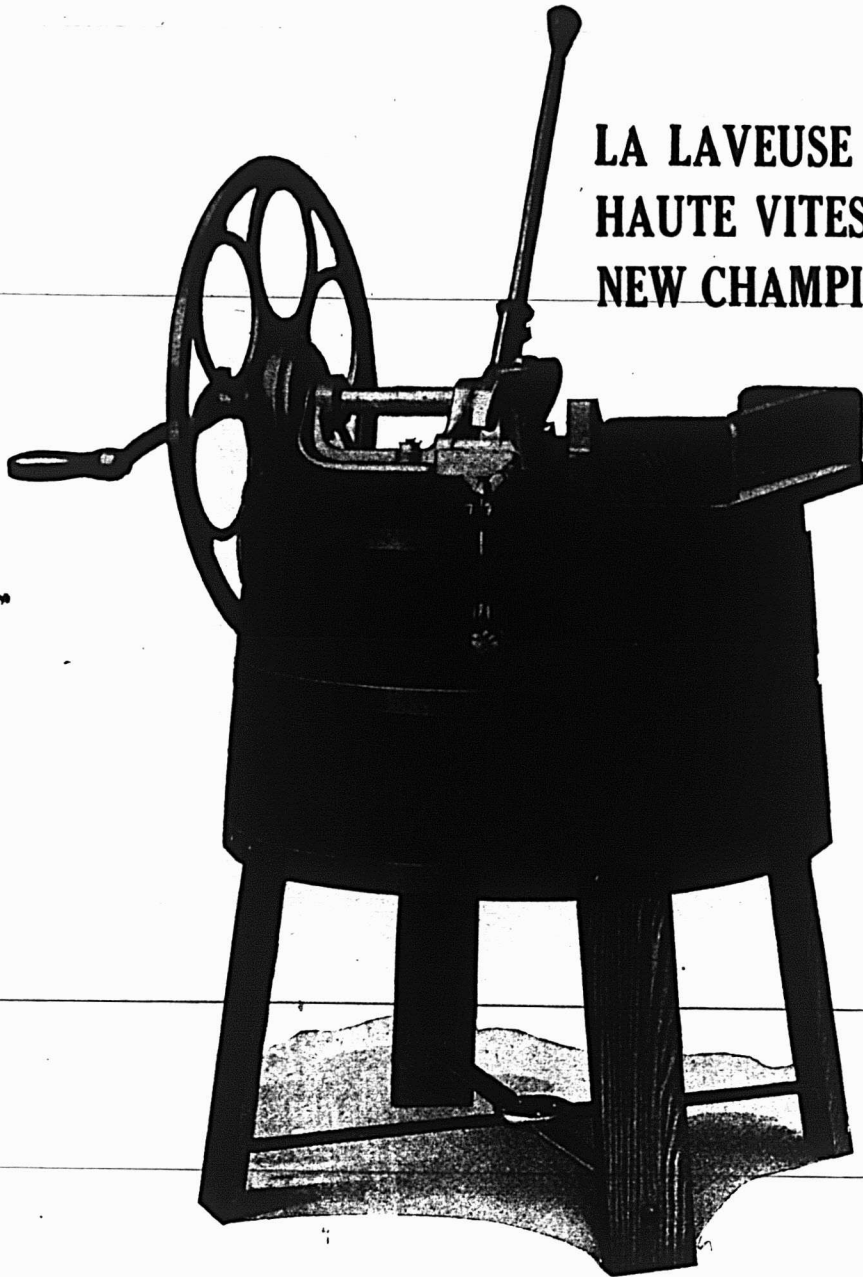
Halifax

St. John

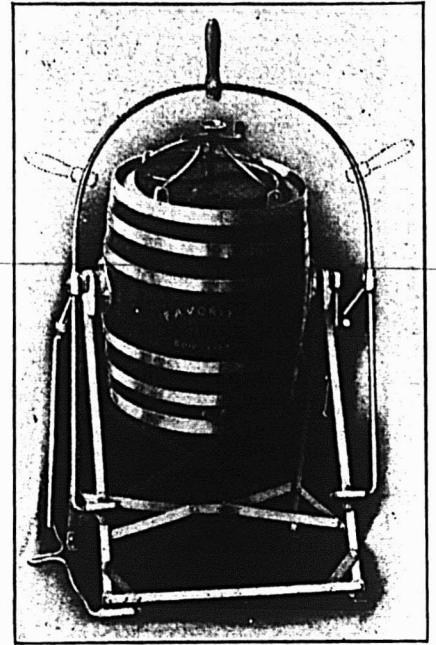
Toronto

Winnipeg

Augmentez vos bénéfices en vendant ces articles de *Maxwell*

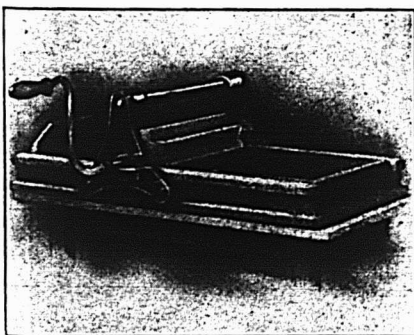


LA LAVEUSE A HAUTE VITESSE NEW CHAMPION



BARATTE "FAVORITE"

On vend annuellement, au Canada, plus de "Favorites" que de toutes les autres marques combinées. Le baril est du meilleur chêne importé avec cercles en aluminium, coussinets à billes d'une grandeur exceptionnelle. Maniement facile et durable. Notez la poignée ajustable du levier en arc qui tourne à gauche ou à droite, comme on le désire.



MALAXEUR A BEURRE "BRITISH"

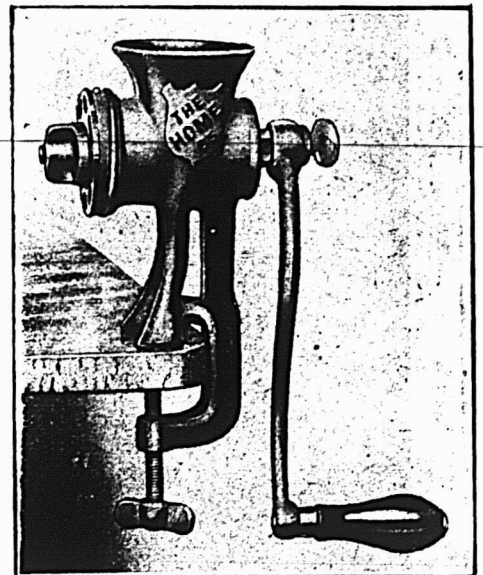
fait faire de meilleur beurre et réaliser de plus gros bénéfices. Il est adopté par les meilleures laiteries de la Grande-Bretagne et du Canada. Il rend le beurre ferme, égal et consistant. En trois grandeurs: 14 pouces, 17 pouces et 20 pouces de largeur.

La New Champion Améliorée, la plus simple et la plus facile à actionner de tous les genres de machines à haute vitesse. Elle peut être actionnée par un levier à main, comme l'indique la vignette ou par une roue à manivelle. Bien consolidée à l'aide d'attaches en acier fixées entre les pieds et finie en bois naturel ou couleur d'acajou. Porte-panier fourni extra si on le désire. Poids, 85 livres.

LES articles de Maxwell sont bien connus et bien annoncés. Partout la demande augmente continuellement et vous constaterez que n'importe lequel de ces articles de Maxwell se vend rapidement et donne de bons bénéfices, simplement parce que tous sont ce que le public désire.

Demandez le catalogue.

Maxwells Limited
ST. MARY'S, - - ONTARIO



HACHOIR A ALIMENTS "HOME 65"

Une des lignes se vendant le mieux que vous ayez jamais tenues. Une nouvelle machine faite dans la grandeur étalon pour famille, bien plus forte que le type ordinaire de hachoir et comprenant les derniers perfectionnements. Le couvercle s'adapte juste, rendant la machine tout à fait imperméable. Fourni avec différentes plaques coupantes.

LES CLIENTS QUI ACHETENT DE LA PEINTURE chez vous ont-ils l'habitude de revenir en chercher encore?

Dans la négative il y a dans la peinture que
vous vendez quelque chose de défectueux

Le marchand qui obtient l'agence exclusive des Peintures et Vernis Martin-Senour dans sa localité augmentera ses ventes de tous les autres genres de marchandises qu'il tient, grâce au prestige qui résultera pour lui de l'augmentation de la clientèle attirée à son magasin.

- LES -

PEINTURES ET VERNIS MARTIN-SENOUR

Faits en Canada, et Vendus grâce à leur Mérite

Si, dans votre magasin, vous consacrez un espace aux Peintures et Vernis, pourquoi ne le donneriez-vous pas aux Produits Martin-Senour, si bien connus par leur qualité insurpassée et si bien annoncés qu'ils sont les plus faciles et les plus profitables à vendre?

L'une des caractéristiques, et non des moins intéressantes, de l'agence exclusive Martin-Senour est la vaste campagne de Publicité et d'Augmentation des Ventes organisée spécialement dans le but d'aider nos Agents Commerçants. Elle comprend des idées très utiles relatives aux étalages intérieurs et extérieurs, une campagne de publicité par la poste et des systèmes qui permettent de suivre la clientèle.

Notre message qui fait ressortir la qualité et la valeur des Produits Martin-Senour atteint presque toutes les personnes susceptibles d'employer de la peinture au Canada, par l'intermédiaire des journaux quotidiens et hebdomadaires, des magazines, des journaux agricoles et religieux, etc.

M. le Marchand, considérez simplement si vous désirez avoir cette qualité et ce service pour vous ou contre vous.

Le moment est on ne peut mieux choisi pour nous envoyer un mot relativement à notre Proposition.



The **MARTIN-SENOUR** Co.

LIMITED

PRODUCERS OF PAINTS AND VARNISHES

CHICAGO

MONTREAL

WINNIPEG

HALIFAX

LINCOLN

TORONTO



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

EN GROS SEULEMENT

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

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

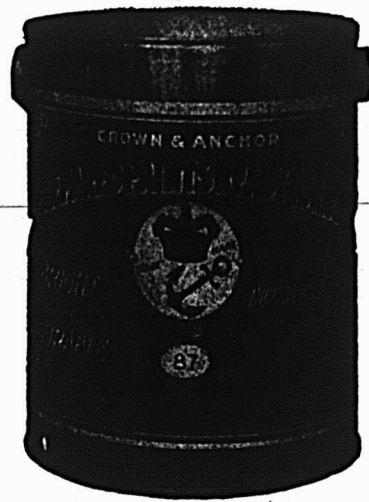
L*EUR collection d'articles est aussi complète que possible et présente un assortiment des plus variés.*

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

L. H. HEBERT & CIE., Limitée

- - IMPORTATEURS - -

297 et 299 rue St-Paul, - - MONTREAL



Les pures Peintures et Vernis préparés par

JAMIESON

ont subi avec succès l'épreuve du temps et répondront aux besoins de votre commerce.—Dans leur préparation les plus belles matières premières sont employées et leur uniformité absolue est garantie.

Chaque boîte est exactement semblable à sa voisine. La qualité subsiste jusqu'à la dernière goutte.

Si vous êtes engagé dans une ligne complète de peintures et vernis et que vous ayez une solide réputation à défendre par des prix modérés et une qualité irréprochable, dites-le-nous; nous sommes persuadés que la proposition que nous aurons le plaisir de vous faire vous intéressera.

R. C. JAMIESON & CO.

LIMITED

Montréal et Vancouver

—FONDEE EN 1858—

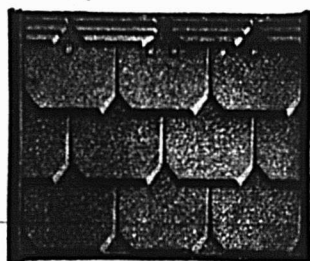
Propriétaire et Exploitant :

P. D. DODS & CO.

LIMITED

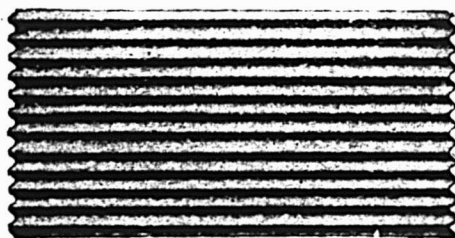
"La Qualité d'abord"

Matériaux de Construction Métalliques



Bardeaux "Eastlake"

"Les meilleurs bardeaux qui aient jamais protégé un toit contre l'eau."



Tôle Ondulée

Stocks considérables — Expédition prompte — Justes prix.

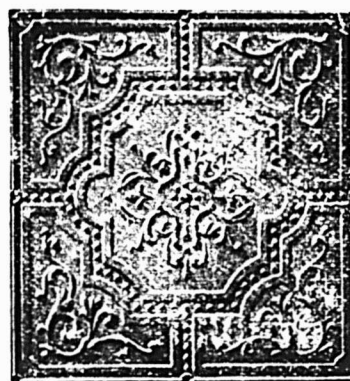
NOUS MANUFACTURONS :

Bardeaux "Eastlake"
Tôle à Lambris
Tôle ondulée
Plafonds et Murs Métalliques
Lattes métalliques
Moulures de coins métalliques
Ventilateurs
Puits de lumière
Lucarnes de hangar
Tuiles à toiture ornementales
Pinacles de toits et de tours
Girouettes
Dalles et dalots
Faitières, chéneaux
Arêtiers, bordures d'enfacement
Greniers en acier portatifs
Corniches galvanisées
Ouvrages spéciaux en fer galvanisé
Portes et fenêtres incombustibles
Ornements en zinc pressé
Mécanismes de châssis.



Tôle à Lambris

Plusieurs modèles, peinte ou galvanisée.



Plafonds Métalliques

Demandez notre catalogue.

Ce que nous faisons pour vous aider à vendre nos marchandises

Nous vous fournissons un assortiment de catalogues, de listes de prix et d'échantillons. Nous vous communiquons les demandes d'informations. Nous envoyons des lettres et des annonces à vos clients en perspective. Nous vous fournissons d'attrayantes circulaires illustrées pour placer sur vos comptoirs ou pour expédier avec vos comptes. Nous publions de nombreuses annonces s'adressant à la clientèle dans les journaux agricoles, etc. Nous fournissons les vignettes et donnons des conseils pour la publicité dans le journal de votre localité. Nous préparons les devis de vos travaux. Si besoin est nous vous envoyons un représentant pour vous aider à faire votre commande.

Et si nous pouvons vous aider de quelque autre façon il suffit de nous le faire savoir.

DALLE ET DALOT CONDUCTEUR

La dalle fabriquée à l'emporte-pièce vous fait économiser de l'argent.

NOUS LA FABRIQUONS!

Demandez notre liste de prix illustrée

Tuyau rond uni ou ondulé.

VASTE STOCK DE TUYAUX ET ACCESSOIRES. . . .

The Metallic Roofing Co., Limited

MANUFACTURIERS

TORONTO ET WINNIPEG

La Maison de Qualité est la plus sûre.---Pensez à la sûreté d'abord.



La Scie Compacte Originale
Inventée et Fabriquée par
Henry Disston & Sons
en 1874



La
Scie à Main
"Compacte-1874"
de DISSTON

26 pouces d'un bout à l'autre

Henry Disston & Sons, Ltd., Toronto, Ont.

Tôles Galvanisées



"Queen's Head"!

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

CANADA

A. C. LESLIE & CO., LIMITED
- MONTREAL -

Feutre et Papier

N'IMPORTE QUELLE QUANTITE

Toitures Goudronnées (Roofing) prêtes à poser, 2 et 3.
Papiers de Construction. Feutre à Doubler et à Ta-
pisser. 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.



QUAND LE CLIENT
LIT

DU PONT

SUR LA BOITE
DE CARTOUCHES

Pas n'est besoin d'arguments pour le
convaincre d'acheter.

Par expérience ou pour avoir observé les personnes qui se ser-
vent de cette poudre de confiance votre client préfère cette poudre
si connue.

SIMPLIFIEZ VOTRE APPROVISIONNEMENT

en spécifiant **DU PONT** pour la charge sans fumée et **DU PONT**
RIFLE pour la Poudre Noire dans les cartouches ou séparément.
En ce faisant vous ferez profiter votre magasin de notre efficace
publicité en faveur du tir à la cible mobile. Vendez au client les
CHARGES DU PONT. Faites une vente rapide, de confiance
et sûre.

Pour recevoir nos brochures sur la poudre, nos
avis pour les clubs de tir à la cible mobile, nos
pancartes pour étalages, nos avis sur la publi-
cité ou toute information sur les poudres pour
n'importe quel usage, écrivez au Département
498.

E. I. du Pont de Nemours & Company
FABRICANTS DE Poudre DEPUIS 1802
WILMINGTON, - - DELAWARE, E.U.

28 G—26 Anglais	6.05
26 G	5.80
24 G	5.60
22 G	5.35
16 à 20 G.	5.25
Moins d'une caisse, 25c de plus par 100 livres.	
28 G. Américain équivaut à 26 G. Anglais.	

Soudure

Nous cotons: barre demi et demi, 27½c; garanti, 28½c; "Wiping", 25½c, métal pour plombiers.

QUINCAILLERIE

Boulons et noix

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, ½ et moindres, 60 et 10 p.c.; 7/16 et au-dessus, 52½ et 12½ p.c.
 Boulons à machine, 7½ pouce et au-dessus 65 et 10 p.c.
 Ball100 lbs. 11.20
 Boulons à machine, 7/16 pce et au-dessus, 60 p.c.
 Boulons à lisse, ½ et plus petits, 60 et 62½ p.c.
 Boulons à lisse, 7/16 et plus gros, 50 et 12½ p.c.

Noix par boîtes de 100 lbs.

Nous cotons:
 Noix carrées4c la lb. de la liste
 Boulons à charrue, 55 et 10 p.c.
 La broche barbelée est cotée \$3.50 les 100 livres à Montréal.

Crampes à clôtures

Fer poli	3.00
Fer galvanisé	4.00
. Broche à Poulailier	
¾ x 20 x 30"	4.10
¾ x 30 x 36"	4.75
½ x 22 x 24"	5.00
¾ x 20 x 24"	3.40
½ x 22 x 30"	6.30
½ x 22 x 36"	7.50

Broche galvanisée, etc.

Augmente de 30c par 100 livres.	
No. 0 à 9, les 00 lbs.	3.10
No. 10 les 100 lbs.	3.15
No. 11, les 100 lbs.	3.20
No. 11, les 100 lbs.	3.30
No. 12, les 100 lbs.	3.20

Poli brûlé:

No. 13, les 100 lbs.	3.30
No. 12, les 100 lbs.	2.85
No. 13, les 100 lbs.	2.85
No. 14, les 100 lbs.	3.05
No. 16, les 100 lbs.	3.25
Brûlé, p. tuyaux, 100 lbs., No. 18	4.10
Brûlé, p. tuyaux, 100 lbs., No. 19	4.95
Extra pour broche hullée, 10c p. 100 lbs.	

Nous cotons net:

No. 113, \$2.65; No. 14, \$2.85; et No. 15, \$2.95. Broche à foin en acier coupé de longueur, escompte de 25 p.c. sur la liste.

Plaques d'acier

½ pouce	100 livres	2.40
3/16 pouce	100 livres	2.70

Zinc en feuilles

Nous cotons: \$25.00 à \$30.00 les 100 livres.

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

Nous cotons: broche noire, \$1.50 par rouleau de 100 pieds.

Broquettes

Pour boîtes à fraises	75 p.c.
Pour boîtes à fromage	85 p.c.
A valises	80 p.c.
A tapis, bleues	75 p.c.
A tapis, étamées	75 et 15 p.c.
A tapis, en barils	40 p.c.
Coupées bleues, en doz. 70 et 12½ p.c.	
Coupées bleues et ¼ pe- santeur	40 et 20 p.c.
Sweeden, coupées, bleues et ornées, en doz.	75 p.c.
A chaussures, en doz.	45 p.c.
A chaussures, en qrts. 1 lb.	60 et 10 p.c.

Clous de broche

Nous cotons \$2.60 prix de base 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.

Le cultivateur ferait aussi bien de blanchir sa grange à la chaux que de la peindre avec la mauvaise peinture à bâtiments ordinaire.

Si la peinture à bâtiments que vous vendez ne peut durer de six à huit ans il n'est pas étonnant que vos ventes ne soient pas plus considérables. Il vous faut vendre une meilleure peinture si vous désirez vendre davantage.

La peinture à bâtiments de haute qualité en évidence aujourd'hui sur le marché est la

ROUGE LIQUIDE HOMESTEAD (HOMESTEAD LIQUID RED)

La "Canada Paint Co." est en état de vendre cette peinture à bâtiments supérieure à un prix raisonnable parce que, comme fabricants d'huile de lin, nous faisons une économie sur le prix de cet ingrédient dont la pureté et la qualité sont sous notre contrôle absolu. Comme mineurs et manufacturiers d'oxydes, possédant et exploitant le dépôt de minéral d'oxyde le plus grand et le plus pur (95% de pureté) du continent, nous avons un approvisionnement illimité de ce principal ingrédient parfait de la peinture à notre disposition, et ce à un prix qui ne peut être égalé par aucun autre fabricant.

Expliquez ces faits à vos clients qui veulent protéger leurs bâtiments de ferme avec le moins de frais possible. Quelques cents par gallon forment une somme négligeable pour une entreprise, mais ils représentent tou-

te la différence entre un joli et brillant bâtiment qui restera dans cette condition pendant six à huit ans et un autre qui, en deux ou trois ans, sera complètement lavé de sa peinture de qualité inférieure et restera sans aucune protection contre les intempéries.

Dans chaque localité il y a un certain nombre de cultivateurs — pas simplement un ou deux — qui écouteront vos arguments et vos conseils au sujet du Rouge Homestead. Cela signifie pour vous une vente possible de cinquante gallons ou de deux ou trois fois cette quantité de Rouge Homestead; donc, quelque intérêt que vous puissiez avoir pour autre chose, discutez la Proposition relative au Rouge Homestead avec notre Représentant, quand il vous rendra visite. Notre proposition spéciale vous intéressera au point de vue pratique et à celui du profit.

THE CANADA PAINT CO. LIMITED

MONTREAL-TORONTO-WINNIPEG-CALGARY-HALIFAX

**PAINTS-COLORS
VARNISHES**



**STAINS-ENAMELS
LINSEED OILS**

Fers à cheval

Nous cotons f.o.b., à Montréal:
 Neverslip crampons, ½ le cent...3.80
 et plus et plus
 No. 2 No.1
 grand petit

Fers ordinaires et
 pesants, le qrt.....3.90 4.15
 Neverslip crampons 7/16, le cent 2.40
 Neverslip crampons ½, le cent.. 3.60
 Neverslip crampons 9/16, le cent 2.80
 Neverslip crampons 5/16, le cent 2.00
 Neverslip crampons ¼, le cent.. 2.20
 Fer à neige, le qrt.....4.15 4.40
 New Light Pattern, le qrt. 4.85 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.

Chaînes en fer

Très ferme.
 On cote par 100 lbs.:
 3/16 No. 6.....10.00
 3/16 exact 5..... 8.50
 3/16 full 5..... 7.00
 ¼ exact 3 6.50
 5/16 4.40

Clous coupés

Nous cotons: prix de base, \$2.50 f.o.
 b., Montréal.
 ¼3.90
 7/163.80
 ½3.70
 9/163.60
 ¾3.40
 13.30
 1 1/23.30

Vis à bois

Les escomptes à la liste sont très
 fermes.

Tête plate, acier . 85 10 et 7½ p.c. 10
 Tête ronde, acier . 80 10 et 7½ p.c. 10
 Tête plate, cuivre 75
 Tête ronde, cuivre 70
 Tête plate, bronze 70
 Tête ronde, bronze 65

**Tordeuses à linge
 Fanaux**

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

Peints 50c extra par doz.

Nous cotons:
 Royal Canadiandoz. 47.75
 Colonialdoz. 52.75
 Safetydoz. 56.25
 E. Z. E.....doz. 51.75
 Rapiddoz. 46.75
 Paragondoz. 54.00
 Bicycledoz. 60.50

Moins escompte de 20 p.c. Forte de-
 mande

Munitions

L'escompte sur les cartouches cana-
 diennes est de 15½ p.c. La demande
 est très active.

Plomb de chasse

Plomb, \$9.00 à \$9.50.
 Nous cotons net:
 Ordinaire100 lbs. 10.00
 Chilled100 lbs. 10.40
 Buck and Seal100 lbs. 10.80

METAUX

Antimoine.
 Le marché est à la hausse: .40 à .41.
 38.00.

Pig Iron.

Clarence No. 3.....21.00
 Carron Soft22.50

Fer en barre

Très ferme.
 Nous cotons:
 Fer marchandbase 100 lbs. 2.20
 Fer forgébase 100 lbs. 2.25
 Fer finibase 100 lbs. 2.35
 Fer pour fers à cheval
 base 100 lbs. 2.40
 Feuillard mince 1½ à 2 pcs. base 3.20
 Feuillard épais No 10base 2.35

Acier en barre

Très ferme.
 Nous cotons, net, 30 jours:
 Acier doux, base 100 lbs. 0.00 2.40
 Acier à rivets base 100 lbs. 2.00 2.25
 Acier à rivets base 100 lbs. 2.00 2.25
 Acier à lisse base 100 lbs. 2.00 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 2.25
 Acier à ressorts base 100 lbs. 2.65 3.25

Cuivre en lingots

Nous cotons: .21 à 21.½ les 100 lbs.
 Le cuivre en feuilles est coté à 27c. la
 livre.

Câbles et Cordages

Ferme.
 Best Hanilla . . .base lb. 0.00 0.16
 Best Manilla . . . base lb. 0.00 13½
 Sisalbase lb. 0.00 0.11
 Lathyrn simple base lb. 0.00 0.09
 Lathyrn double. base lb. 0.00 0.09½
 Jutebase lb. 0.00 0.10½
 Cotonbase lb. 0.00 0.25
 Corde à châssis base lb. 0.00 0.34

LES OUTILS DE BUCHERON DE PINK

Les outils Étalons dans toutes les provinces
du Dominion, en Nouvelle Zélande, Aus-
tralie, etc.

Nous manufacturons toutes sortes d'outils
de bûcheron—Légers et de Bonne Durée.

TELEPH. LONGUE DISTANCE, No. 87

Demandez notre catalogue et notre liste de prix.

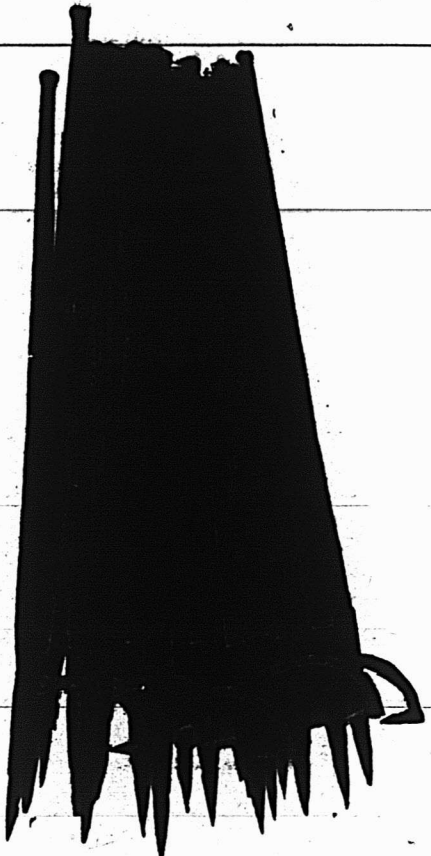
Vendus dans tout le Dominion par tous les
Marchands de ferronnerie en gros et en
détail.

**The
THOS. PINK Co., Limited**

Manufacturiers d'OUTILS de BUCHERON

PEMBROKE - ONTARIO

FABRIQUES AU CANADA



EST-CE QUE VOS CLIENTS SONT AVERTIS que les travaux de peinture se font pendant les beaux jours ?

Le fermier comme le citadin a mille travaux de peinture à faire dès que la saison d'automne est arrivée. C'est une des raisons pour lesquelles le commerce de peinture est particulièrement actif à cette époque de l'année. Sachez en profiter en poussant, à présent, la vente des peintures et vernis et en faisant remarquer à vos clients que



MARQUES

CROWN, ANCHOR, ISLAND CITY AND RAINBOW

donnent des résultats qui ne peuvent être surpassés.

Elles sont vendues à un prix raisonnable et sont soutenues par notre réputation et notre garantie.

On n'a jamais fabriqué de meilleure peinture.

R. C. JAMIESON & COMPANY, LIMITED

MONTREAL

ETABLIE EN 1858

VANCOUVER

PROPRIETAIRES et DIRECTEURS - P. D. DODDS & CO., Limited

Papiers de Construction	
Très ferme.	
Nous cotons:	
Jaune et noir, pesant	0.00 180
Jaune ordinaire, le rouleau	0.00 0.35
Noir ordinaire, le rouleau	0.00 0.43
Goudronné, les 100 lbs	0.00 2.25
Papier à tapis, les 100 lbs.	0.00 2.60
Papier à couv., roul., 2 plis.	0.00 0.75
Papier à couv., roul., 3 plis.	0.00 0.95
Papier surprise, roul., 15 lbs.	0.00 0.40
Charnières (couplets) No 840	
Ferme, à la hausse.	
Blanc de plomb pur	10.00
Augmenté de 75c par 100 lbs.	
1½ pouce	0.60
1¾ pouce	0.75
2 pouces	0.81
2¼ pouces	0.92
2½ pouces	1.07
3 pouces	1.20
Nos 800 et 838	
1 pouce	0.32
1¼ pouce	0.37
1½ pouce	0.43
1¾ pouce	0.59
2 pouces	0.67
2¼ pouces	0.76
2½ pouces	0.81
2¾ pouces	0.95
3 pouces	1.07
3½ pouces	1.49
4 pouces	2.12
Même escompte que pour toutes les charnières d'acier poli.	
FERRAILLES	
Cuivre 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 0.06

Laiton mince	0.00	0.06
Plomb	0.00	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 en aciers malléables	0.00	9.00
Poêles 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 dur, (Plaster Paris), en barils, sur char	2.16

Etain en lingots

Nous cotons: \$48.00 à \$49.00 les 100 lbs.

Plomb en lingots

Plus faible: \$8.00 à \$8.50 fort.

Zinc en lingots

Marché très fort avec une demande continue de l'Europe.

Nous cotons: \$80.00 à \$32.00 les 100 livres.

CAUSTIQUE

En barils de 100 lbs., \$5.75.

HUILES, PEINTURES ET

VITRERIE

Huile de lin

Nous cotons au gallon, prix nets: huile bouillie, 73c; huile crue, 70½c.

Essence de thérébenthine

Ferme.

Nous cotons 80c le gallon pour quantité de 5 gallons et 75c le gallon par baril.

Blanc de plomb	
Blanc de plomb pur, 100 liv.	9.75
Blanc de plomb No. 1	9.25
Blanc de plomb No. 2	9.00
Blanc de plomb No. 3	8.00

Pitch

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

Peintures préparées

Nous cotons:

Gallon	1.45	1.90
Demi-gallon	1.50	1.95
Quart de gallon	1.55	1.75
En boîtes de 1 lb.	0.10	0.18

Verres à Vitres

Nous cotons:

Pouces unis	Star	Double
	ou 16 oz.	ou 24 oz.
50 pieds.		
au-dessous de 26	6.50	8.60
26 à 40	7.00	10.00
41 à 50	7.40	11.70
51 à 60	8.00	12.00
61 à 70	8.75	14.50
71 à 80	9.50	15.00
81 à 85	10.50	18.00
86 à 90		20.50
91 à 95		22.00
96 à 100		25.00
100 à 105		25.00

Escomptes pour les Verres à Vitres (jusqu'à 35 boîtes) et à la vitre: à la clientèle ordinaire, 5 pour cent; aux quincailliers détailliers et aux propriétaires de magasins généraux, 10 pour cent.

Vert de Paris pur

Barils à pétrole	0.00	0.22
Drum de 50 à 100 lbs.	0.00	0.24
Drum de 25 lbs.	0.00	0.24½
Boîtes de papier, 1 lb.	0.00	0.26½

FILS ELECTRIQUES D'ALUMINIUM

L'usage des fils d'aluminium que la rouille ne peut corroder, pour les lignes de transmission électriques aériennes, commence à se répandre beaucoup en Angleterre et en d'autres pays d'Europe, à cause de leur remarquable durabilité. D'ailleurs l'aluminium a été trouvé plus économique que le cuivre dans certaines phases de l'industrie de l'électricité depuis que les méthodes améliorées de production de ce métal se sont développées et en ont réduit le coût.

Plusieurs centaines de milles de fils conducteurs ont été posés en Europe. Quand on emploie l'aluminium pour les fils très minces et très fortement protégés, cependant, l'économie n'est pas aussi grande que pour ceux de dimensions ordinaires. Au commencement on éprouvait beaucoup de difficulté à joindre ensemble les tronçons de lignes, mais, bien que cette difficulté n'ait pas été complètement surmontée encore, elle a été considérablement diminuée et n'est plus maintenant considérée comme sérieuse. Il suffit d'éviter soigneusement toute humidité pour que le raccordement soit effectué facilement. On a aussi inventé plusieurs espèces de crampons mécaniques qui peuvent être employés dans ce but avec succès.

LE PLACAGE EN COBALT

Les chimistes sont constamment à la recherche de nouvelles couleurs susceptibles d'être adoptées pour les modes, dans l'espoir de faire une fortune rapide. Et ils s'efforcent aussi de trouver, dans le même but, de nouveaux placages pour les métaux. Or, on vient d'inventer le placage en cobalt pour remplacer le pla-

cage en argent et en nickel. Le placage en cobalt donne au blanc une teinte bleuâtre attrayante.

Cette innovation est due à des chimistes canadiens qui ont entrepris de découvrir de nouveaux usages pour le cobalt. Ils ont fait connaître leur formule et, déjà le placage en cobalt est essayé par plusieurs manufacturiers sur des parties d'automobile et des articles de ferronnerie.

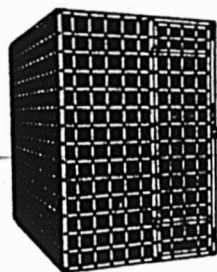
DOCUMENTS ET INFORMATIONS

Pour coller une étiquette sur une boîte en ferblanc

Pour faire adhérer d'une façon permanente une étiquette sur une boîte en ferblanc il est nécessaire de mélanger un caustique à la colle dont on doit se servir afin de lui donner du mordant, attendu qu'il y a toujours une certaine quantité de matière huileuse à la surface du ferblanc. Mélanger de la farine de seigle avec une solution de soude caustique, de façon à obtenir une pâte ferme, puis diluer avec de l'eau claire en remuant bien afin d'éviter les grumeaux. Pour chaque livre de farine employée ajouter cinq à six gouttes de térébenthine de Venise ou de baume du Canada. Cette colle ne sûrra jamais.

L'un des meilleurs moyens de boucher les fissures qui se sont produites dans un plancher est de les remplir avec un mélange de plâtre de Paris et de colle de poisson délayée dans l'eau auquel on ajoute assez de sciure de bois pour lui donner la consistance d'une pâte épaisse.

Cellules de Prison



Nous sommes les principaux fournisseurs pour toutes espèces d'

OUVRAGES DE PRISON

Nos cellules pour villes et villages sont toutes munies de notre système de Fermeture Automatique Patenté. Avec ce système nul ennui de Cadenas.

Demandez-nous des renseignements.

Canada Wire & Iron Goods Co
HAMILTON, Ont.

CHARBON

ANTHRACITE ET BITUMINEUX

EXPEDIE PAR VOIE FERREE OU VOIE D'EAU
A TOUS ENDROITS DE LA PROVINCE
DE QUEBEC.

GEORGE HALL COAL COMPANY
OF CANADA, LIMITED

126 rue St-Pierre, - MONTREAL

Nova Scotia Steel & Coal Co., LIMITED

MANUFACTURIERS

ACIER en BARRES MARCHAND, MACHINERIE à ROUES, TRANSMISSIONS en ACIER COMPRIME POLI, TOLES D'ACIER jusqu' à 48 pcs de large, RAILS en "T" de 12, 15, 28 et 40 lbs à la verge, ECLISSES, ESSIEUX DE CHARS DE CHEMINS DE FER.

GROSSES PIECES DE FORGE, UNE SPECIALITE

Mines de Fer, Wabana, Terrebonne.—Mines Haut 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.

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, Ontario.



28 Succursales "de Service" dans tout le Canada.

**Canadian Consolidated
Rubber Co., Limited**

MONTREAL, - - P.Q.



L'HIVER PROCHAIN

lorsque la température donnera à votre assortiment de chaussures en caoutchouc l'apparence ci-dessous:--

5	5½	6½	7	8½	9	9½	10½	11½	12
1	2	2½	3½	4	5½	6	6	8	

RAPPELEZ-VOUS QUE NOS

"28 succursales de service dans tout le Canada" sont sur le qui-vive afin de remplir promptement vos commandes et compléter votre assortiment.

Nous donnons un service "réel." ∴



**Canadian Consolidated
Rubber Co., Limited**

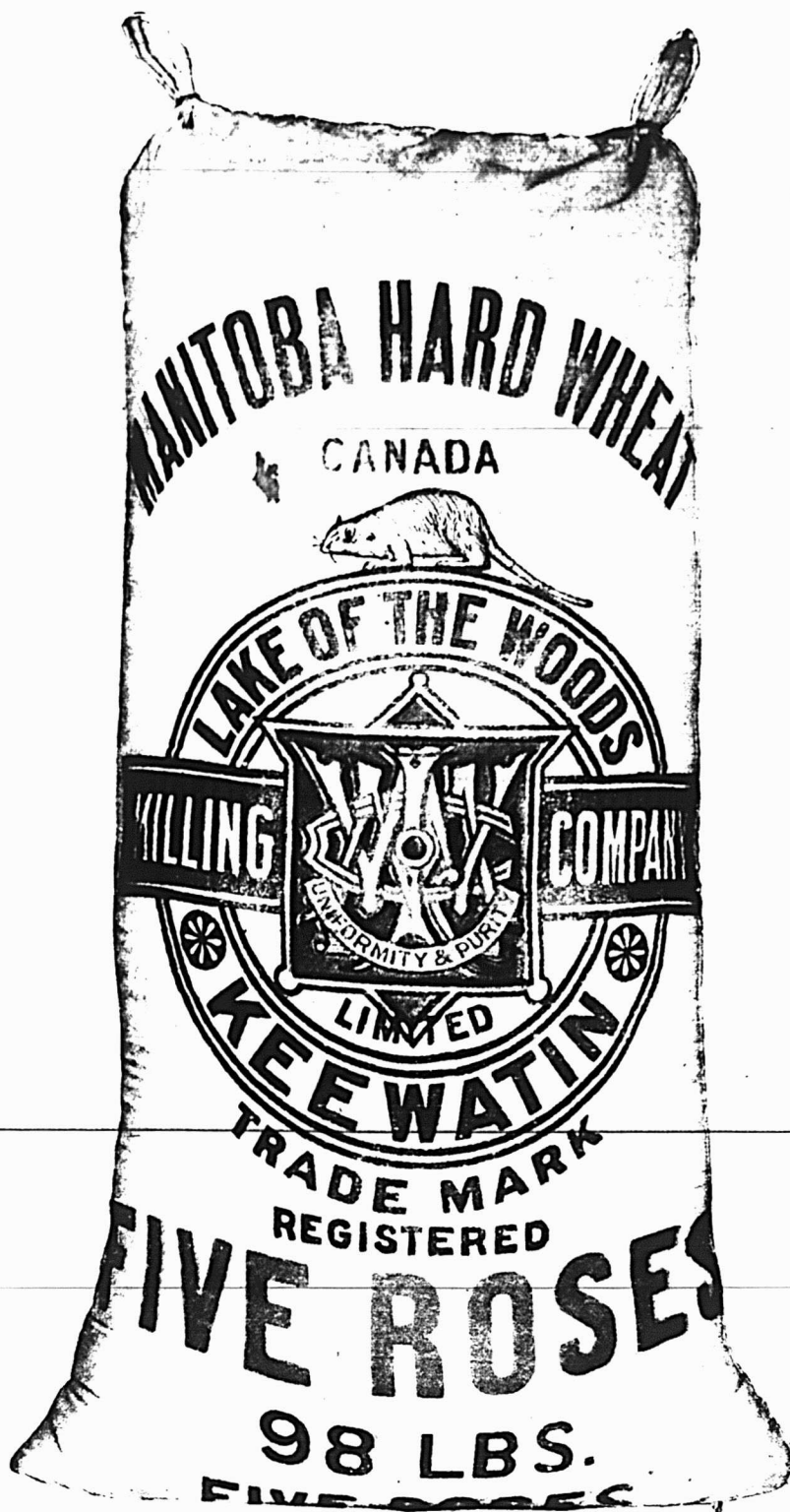
MONTREAL, P.Q.

28 Succursales "de Service" dans tout le Canada.



Pour Pain
et
Pâtisserie

Pour Gâteaux
et
Poudings



Nous distribuons actuellement la célèbre Cuisinière FIVE ROSES aux ménagères canadiennes-françaises. Chaque jour un nombre plus considérable de cuisinières délicates désirant améliorer leur cuisine font preuve d'assez d'enthousiasme pour nous envoyer 20 cents pour frais de poste et d'emballage. D'après l'expérience que nous avons eue dans les autres provinces ce livre aura une énorme influence sur l'augmentation des ventes de FIVE ROSES: déjà plus de 200,000 livres sont entre les mains d'acheteurs de farine. C'est pourquoi un si grand nombre de ménagères sont déjà des clientes assurées même avant d'approcher de votre magasin. Cette préparation du consommateur procure des bénéfices, spécialement au commerçant qui fournit à la ménagère la farine qu'elle désire. Adressez-vous à votre marchand en gros ou écrivez à notre bureau le plus proche.

Sur demande nous enverrons une copie seulement de LA CUISINIÈRE FIVE ROSES à tout commerçant qui vend de la farine.

LAKE OF THE WOODS MILLING COMPANY, LIMITED

"Lac des Bois"

MONTREAL

Capacité Journalière : 27,400 sacs de 98 livres.