

**PAGES
MANQUANTES**



23 MAI
Montreal

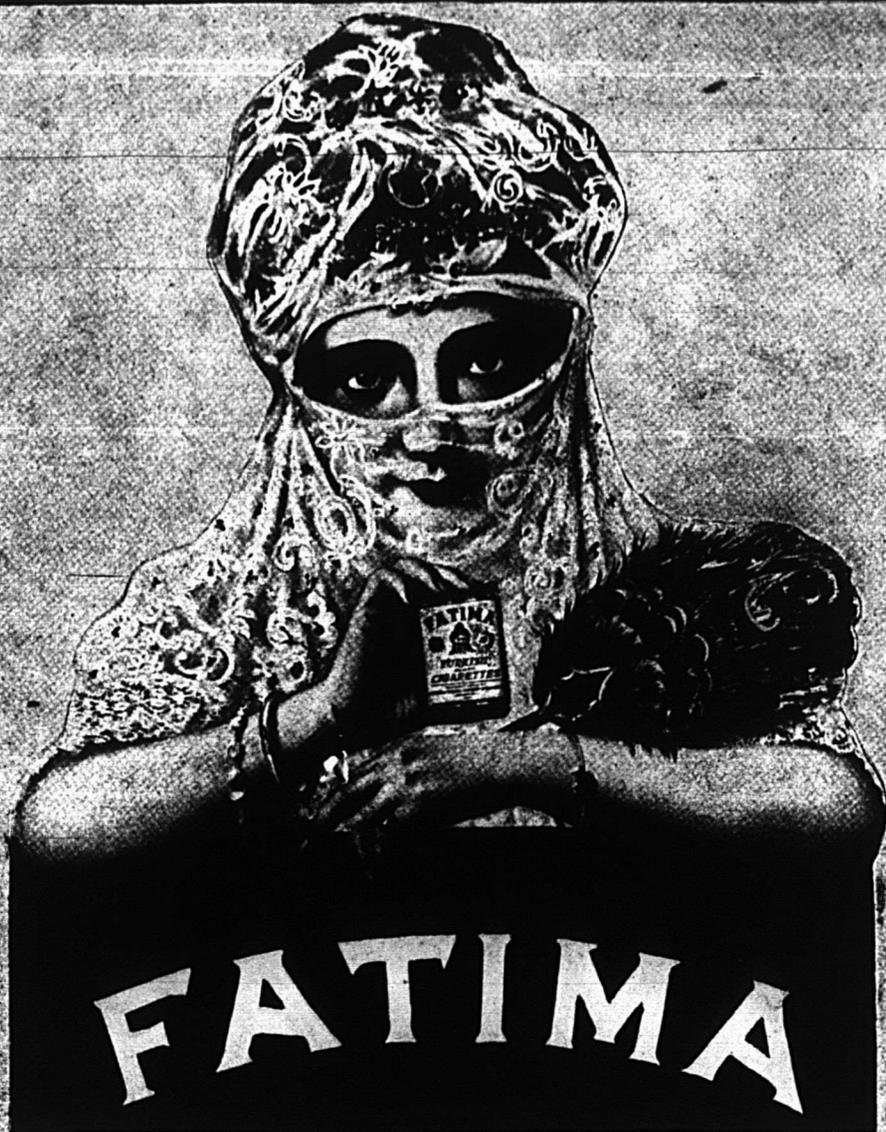
no 21

Edition De Luxe

LE PRIX
COURANT^A



Printemps 1913



CIGARETTES TURQUES



Les commandes pour les cigarettes turques **FATIMA** étaient si nombreuses pendant un certain temps, que nous n'osions pas les annoncer, ayant été pris par surprise. Maintenant, malgré l'augmentation incessante de leur vente, nous sommes en mesure de fournir à la demande. Mises en paquets de 20 cigarettes, se détaillant à 25 cents.



STRAIGHT TO THE MARK

**Les Cartouches parfaites
signifient
des gibecières bien garnies,**

Des sportsmen satisfaits.

**Les gens avisés
le savent.**

**Satisfaction
garantie.**

**Tout
Parfait.**

CARTRIDGE

**Un
abatteur
de gibier
fabriqué
pour les
Canadiens-Français.**

DOMINION

**Hors pair comme
qualité.**

Toujours recommandable.

Exigez le grand





Bâtisse Gillette



Bâtisse Vineberg

The Atlas Construction Company, Limited

ENTREPRENEURS DE CONSTRUCTIONS EN BÉTON

ET BÉTON ARMÉ

Les Bâtisses construites par la Cie Atlas sont considérées par
les propriétaires et Architectes comme les meilleures du genre

Pour tous renseignements s'adresser à

ATLAS CONSTRUCTION COMPANY, LIMITED

37 Rue Belmont

::

::

::

::

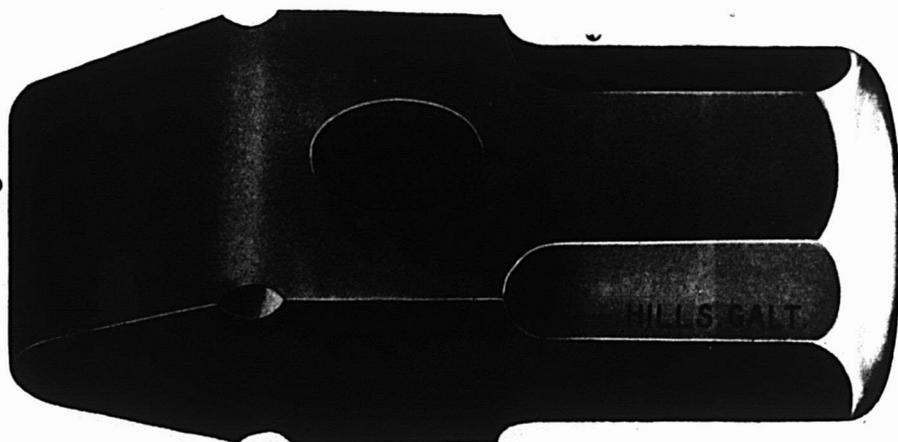
MONTREAL

NOUS MANUFACTURONS LES

Haches, Ciseaux à Froid, Marteaux, Rabots, Outils pour Bois de Char- pente, Herminettes, Etc.

De la Plus Haute
Qualité.

Nous employons le MEILLEUR
ACIER convenant à chaque outil.



ECRIVEZ POUR AVOIR
NOTRE CATALOGUE.

Notre Garantie

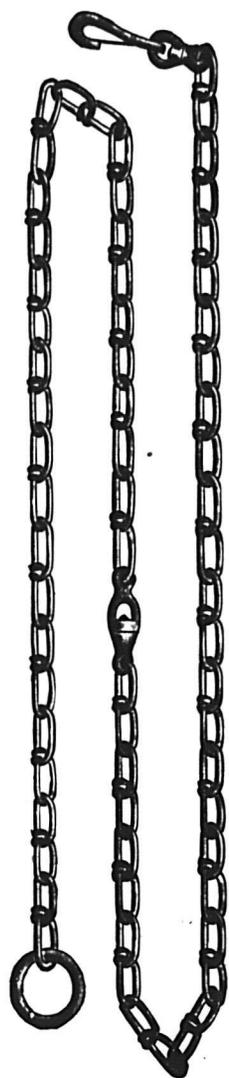
NOUS garantissons que nous remplacerons
sans aucun frais tous les outils qui seront
reconnus défectueux comme matière ou façon.

ALLAN HILLS EDGE TOOL CO.

LIMITED.

Galt, Ontario, Canada.

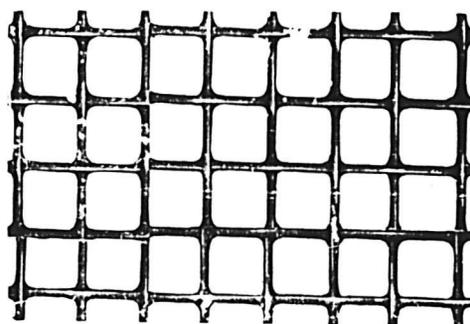
Articles de Nécessité pour le Commerce du Printemps



Chaines d'attache,
Chaines pour licous,
Laises pour chiens,
Chaines pour traits.



Toile à passer le sable,
Toile regalvanisée,
Toile à passer le grain.



Broche pour poulaillers,

Métaux perforés.

Câble Métalliques et Accessoires.

Toile en Bronze Antique à l'épreuve de la Rouille.

The B. GREENING WIRE Co., Limited.

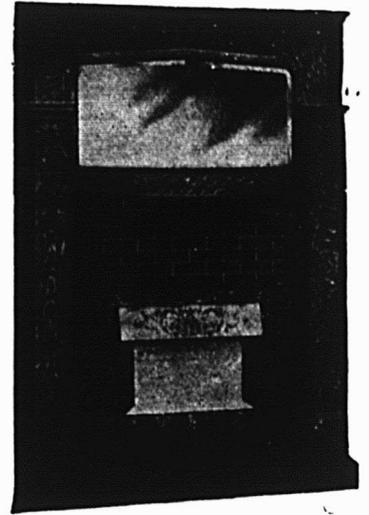
HAMILTON, Ont.

MONTREAL, Qué.

Vous ferez plus d'affaires
Si Vous Vendez
les Marchandises de Qualité
Barton-Netting

Nos méthodes, des plus modernes de fabrication ; la qualité des matériaux dont nous nous servons, l'emploi de mécaniciens expérimentés, voilà les causes de la haute qualité de nos produits.

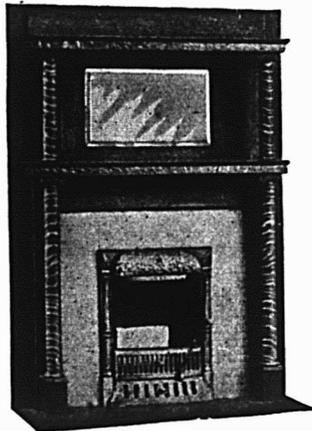
Un essai vous convaincra que nos marchandises sont très profitables ainsi que toujours recommandables.



Boiseries pour manteaux de cheminées -- 70 Modèles
N'importe quel Fini

Gardez une boiserie de manteau ou deux en magasin. Quand il s'agit de l'installation, tout ce que vous avez à faire est de nous envoyer vos mesures et nous vous enverrons promptement des instructions complètes pour installer n'importe quelle boiserie de ce genre.

Demandez-nous par lettre notre catalogue et notre proposition.



Grille pour Charbon, Gaz ou Electricité

Paniers, Chenets, Garde-Feux, Garnitures de Foyers de tous Genres.

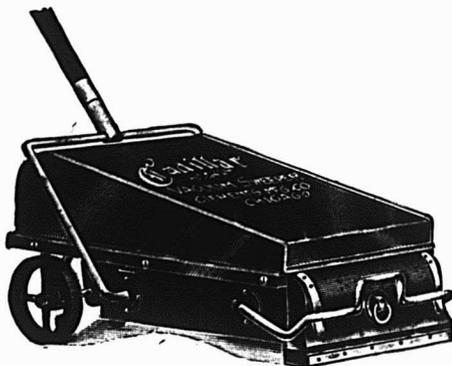
Ouvrages en Tuile de tous Genres pour Planchers, Murs et Foyers.

La Balayeuse "Vacuum" Windsor

Fonctionne comme une balayeuse pour tapis. La force motrice est engendrée par un axe de telle manière que la succion est continue. Ne pèse que neuf livres. Peut être vendue au détail meilleur marché que n'importe quelle balayeuse Vacuum sur le marché -- par conséquent il y en aura une forte demande.

Vous rapporte 50 p. c. de profit.

Demandez-nous une brochure descriptive.



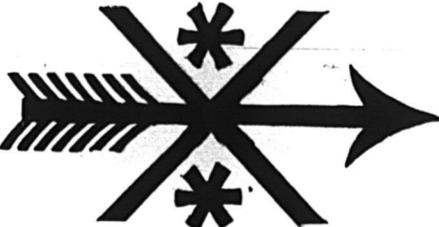
Nous avons les plus grandes facilités pour assurer un service rapide. Nous serons heureux de recevoir des demandes de renseignements.

THE BARTON-NETTING CO., LTD.

38 Avenue Ouellette, Windsor, Ont.

Appareils à Gaz et à l'Electricité, Manteaux de Cheminée, Grilles, Tuiles et Garnitures de Foyer.

HENRY BOKER

LA MARQUE  "ARROW"

Chaque Pièce **QUINCAILLERIE** Est Garantie

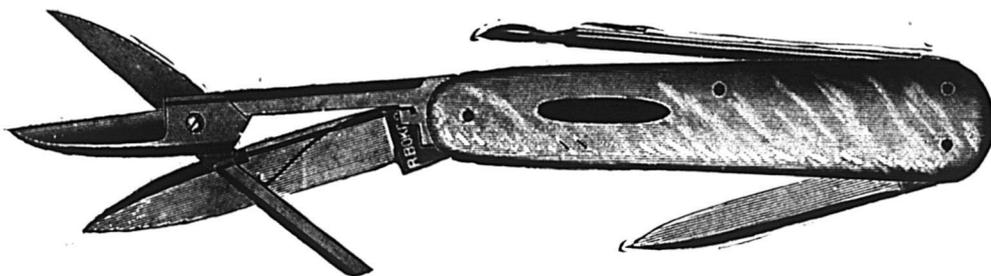
Outils (pour couper le fil de fer) de toute description, de tout genre et fini.



Chaque paire est essayée et garantie.

H. Boker & Co.

Couteaux, Rasoirs, Ciseaux, et Cisailles reconnus les meilleurs sur le marché.



Marque de Fabrique

Un large assortiment de modèles pour faire votre choix.



Marque de Fabrique

En vente dans toutes les grandes maisons de quincaillerie en gros.

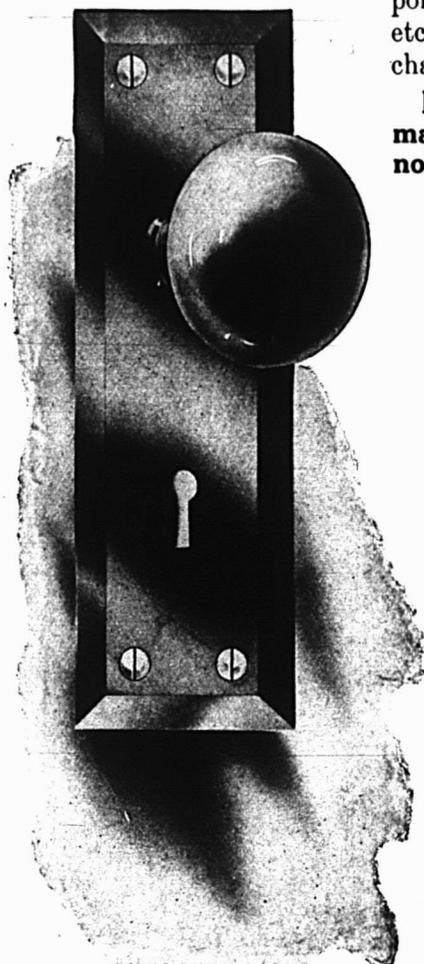
Quincaillerie Pour Construction De La Plus Haute Qualité.

Nous avons nombre de modèles où vous pouvez faire votre choix. Chacun d'eux est très attrayant, et vous êtes certain de les vendre très rapidement. Les serrures pour portes d'entrée et les sonnettes, etc, peuvent être obtenues pour chacun de ces modèles.

Modèles dernier cri

Bonne marge de profit

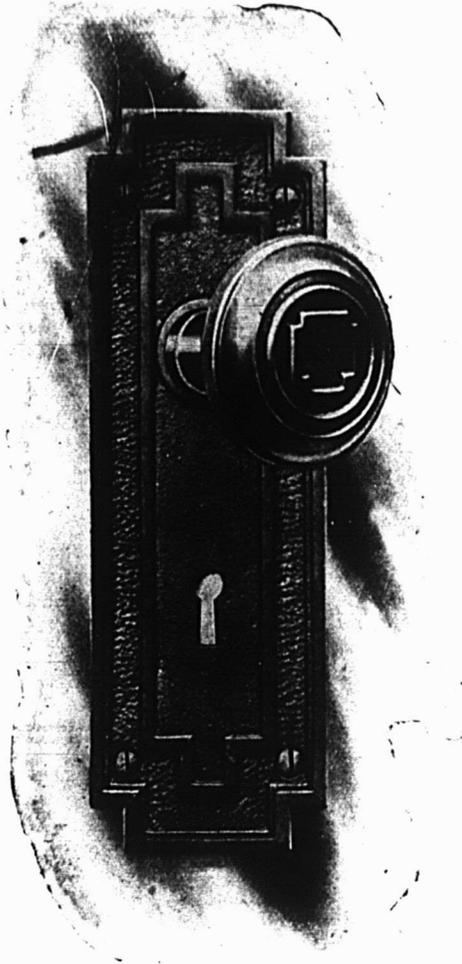
Demandez les prix à votre marchand de gros ou écrivez-nous directement.



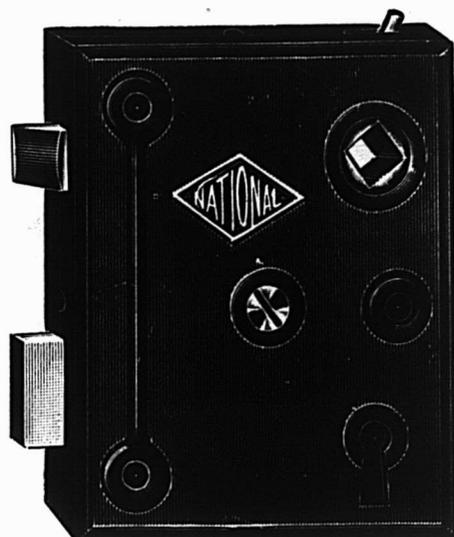
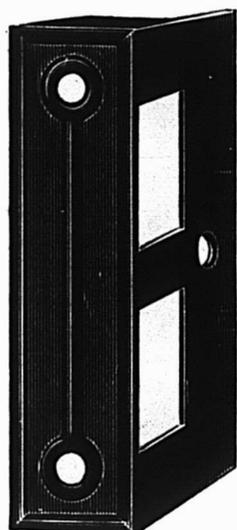
Modèle Oakland



Modèle Rideau



Modèle Ste Croix



Serrures d'Appliches en Acier.

Les serrures d'applique en acier "National" sont EXCEPTIONNELLEMENT SOLIDES et DURABLES et bien FINIES.

Le mécanisme de fermeture pivote sur une épingle centrale, est TRES SIMPLE et NE PEUT SE DEREGLER.

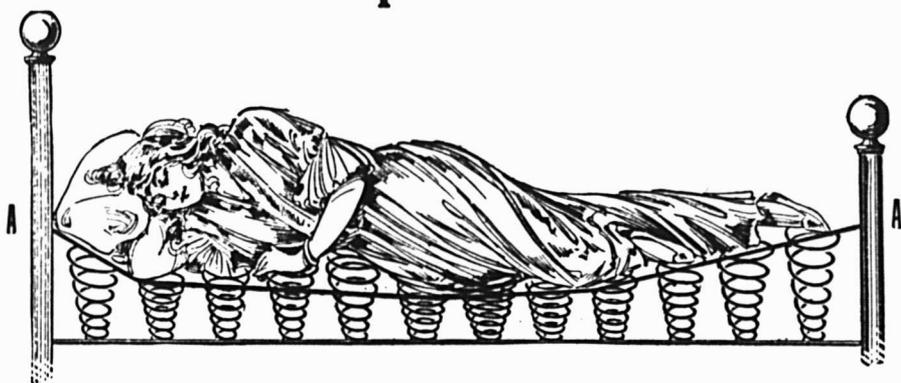
Nous garantissons que nos articles répondront aux besoins de votre meilleure clientèle et donneront entière satisfaction.

National Hardware Company, Limited.

ORILLIA

ONTARIO

Pourquoi le sommeil est bien plus doux sur un sommier à simple-cône LEGGETT & PLATT



Cette vignette vous explique la différence qui existe entre un sommier établi suivant les bons principes et un sommier à mauvais principe.

La grosse ligne "A" montre la surface de suspension ou les ressorts de surface plane quand ils supportent le poids du corps. Les parties les plus lourdes du corps sont seules quelque peu soutenues par le sommier. Il ne fait que toucher les points inférieurs.

Le matelas s'affaisse vers le milieu et à mesure que le sommier s'affaiblit, ce matelas devient un hamac. Vous dormez tout ramassé dans un creux.

Ce n'est pas confortable, cela ne repose pas, c'est antihygiénique. C'est là le mauvais principe. Maintenant remarquez la surface du sommier à simple-cône Leggett & Platt. Chaque ressort se relève pour s'adapter au poids de la partie du corps qu'il supporte ou cède doucement sous les parties plus lourdes.

C'est le sommier qui se tient serré en-dessous de vous. C'est le sommier fabriqué selon les bons principes.

Essayez notre sommier avec la main. Remarquez avec quelle facilité il cède au point de pression et en ce point seulement. Cela est dû à la grande souplesse de la surface du matelas, souplesse rendu possible par la fermeté absolue des attaches du bas. Et ce sont des caractéristiques exclusives de Leggett & Platt complètement protégées par des brevets et qu'on ne trouve absolument dans aucun autre sommier.

Nous sommes depuis trente ans les pionniers et les "leaders" pour les sommiers à simple-cône. Exigez la lettre "L" sur étiquette en fer-blanc, notre marque de fabrique.



LEGGETT & PLATT

WINDSOR, ONTARIO

SUCCURSALES: Oakland, Cal. Louisville, Ky. Philadelphie, Pa.

BUREAU-CHEF: Carthage, Mo.

Vendu par les principaux marchands de meubles partout.



Chaque fois que vous avez besoin de Pelles, Bêches ou Ecpes, RAPPELEZ-VOUS

que nous en fabriquons une ligne complète, et sommes en mesure de vous fournir des articles de toute première qualité.

Vous pouvez en commander, par l'intermédiaire de votre marchand en gros, à MM. Delorme Frères, nos agents à Montréal, ou directement à notre usine à Peterborough, Ont.

La qualité est la caractéristique de nos pelles.

La qualité des articles réside dans le service qu'ils vous font et non dans le prix que vous les payez.

Donnez-nous une commande d'essai et laissez-nous vous convaincre.

THE LUNDY SHOVEL & TOOL CO. LIMITED

PETERBOROUGH, ONT.

Fer Galvanisé "Queen's Head"



Le
Meilleur
qui soit
au Monde

JOHN LYSAGHT LIMITED
FABRICANTS
BRISTOL, NEWPORT et MONTREAL.

A. C. LESLIE & CO., LIMITED
MONTREAL
GERANTS de la SUCCURSALE CANADIENNE

Importateurs de
Glaces Epaisées

VERRE A VITRES,
VERRE CATHEDRALE
uni et gravé,
VERRE BRUT
(cast)
Rayé,
Armé,
etc.

J. P. O'SHEA & Cie.

Manu-
facturiers
de
MIRROIRS,
VITRES
PLOMBÉES,
VITRES ORNE-
MENTÉES,
GLACES BISEAUTÉES,
DESSUS DE MEUBLES, etc.

Tel. Bell, EST 430 et 3751
COIN PERREault & STE - AGATHE,
MONTREAL, Can.

Tôles Galvanisées



“Queen's Head”!

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

CANADA
A. C. LESLIE & CO., LIMITED.
MONTREAL

JOSEPH RODGERS & SONS, LIMITED
Sheffield, Ang.

Evitez les imitations de notre
COUTELLERIE,
en vous assurant que cette MARQUE
EXACTE se trouve sur chaque lame.

REGISTERED TRADE MARK



GRANTED 1882

Seuls Agents pour le Canada :
JAMES HUTTON & CO., Montréal.

DOUGALL

LINGERWETT

Dissout le vernis instantanément

Appliquez-en une bonne couche.
Enlevez ensuite avec un drap ou
une brosse molle. Pas de
grattage ni de lavage. La surface
est prête à être revernie.

Brochure gratuite — Il suffit d'envoyer une
carte.

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

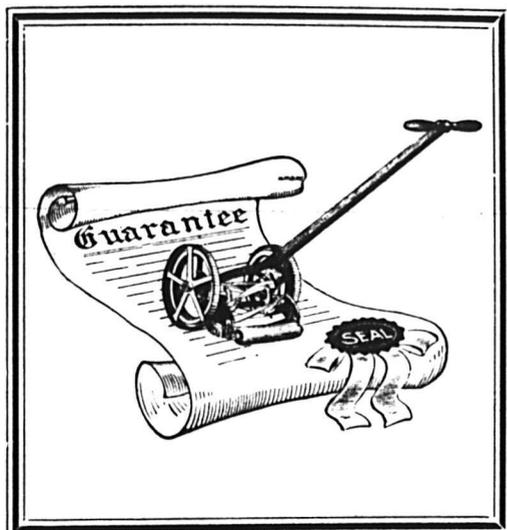
VARNISH

Verre à Vitres

Le meilleur est le moins cher !
Nous offrons du VERRE ANGLAIS fait
dans notre propre usine.
C'est le plus profitable aux marchands
quincailliers et aux marchands généraux
en ce qu'il est très facile à couper mais
presque absolument incassable.
Nous serons heureux de vous fournir
tous les verres de toutes descriptions.
Demandez les catalogues illustrés et les
listes de prix à

PILKINGTON BROS., Limited
Ruelle Busby . . . Montréal

— AUSSI A —
TORONTO, Rue Mercer ; WINNIPEG, Rue du Marché
VANCOUVER, Avenue Columbia



G A R A N T I E

Vous avez simplement le droit de demander qu'on vous satisfasse—nous ne voulons pas vous faire acheter une faucheuse **WOODYATT** pour pelouse et vous causer un désappointement.

Vous avez déjà enten lu parler de garanties mais parfois il y a des "si" et des "mais" dans ces garanties à tel point que rien n'est véritablement garanti.

Voici une **Garantie** qui signifie quelque chose.

Si pour une raison, quelle qu'elle soit votre client n'est pas satisfait de la Faucheuse **TAYLOR-FORBES** pour Pelouse donnez-lui une nouvelle Faucheuse pour Pelouse ou remboursez-lui son argent et nous vous appuierons.

Voyez à ce que le nom de **TAYLOR FORBES COMPANY** soit sur chaque Faucheuse pour Pelouse que vous achetez.

Si votre fournisseur en gros ne les tient pas en magasin, écrivez-nous directement.

TAYLOR-FORBES COMPANY, LIMITED.

Bureau-chef et usines, - - GUELPH, ONT.

TAYLOR-FORBES CO., LIMITED

246 Rue Craig Ouest, - Montréal.

Courroies Spéciales

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

D. K. McLaren,
Limited

351, rue St-Jacques,
MONTREAL.

Té1. Main 4904-4905 et 7248

Feutre et Papier

N'IMPORTE QUELLE QUANTITE

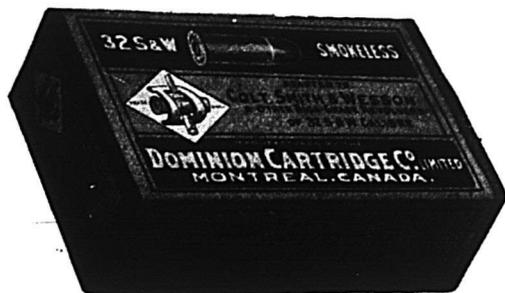
Toitures Goudronnées (Roofing) prêtes à poser, 2 et 3 plis
Papiers de Construction. Feutre à Doubler et à Tapisser
Produits du Goudron. Papier à Tapisser et à Imprimer
Papier d'Emballage Brun et Manille.

Fabricants du Feutre Goudronné
"BLACK DIAMOND"

Alex. McArthur & Co., Limited

82 RUE MCGILL, MONTREAL

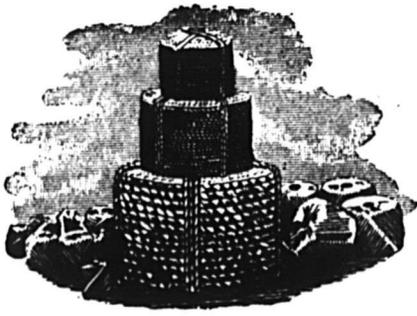
Manufacture de Feutre pour Toitures: Rues du Havre et Logan
Moulin papier, Joliette, Qué.



LES cartouches "DOMINION" garanties ne peuvent être surpassées, car chaque cartouche est absolument garantie, ce qui met le tireur à l'abri des articles défectueux. Vous n'avez pas à payer

autant pour les Cartouches Dominion que pour les cartouches importées et leur qualité est bien supérieure. Spécifiez que vous voulez des "DOMINION", quand vous achetez des cartouches de n'importe quelle sorte.

DOMINION CARTRIDGE CO., LIMITED. - Montréal, Can.



Les Fameuses Marques de Trèfle à Quatre Feuilles

de

FICELLE A LIER

CORDES ET CORDAGES DE TOUS GENRES

De la meilleure qualité, produit de l'industrie canadienne,
la plus populaire.

ECRIVEZ POUR AVOIR NOS ECHANTILLONS ET PRIX

The BRANTFORD CORDAGE CO., Ltd., - BRANTFORD, Ont.

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

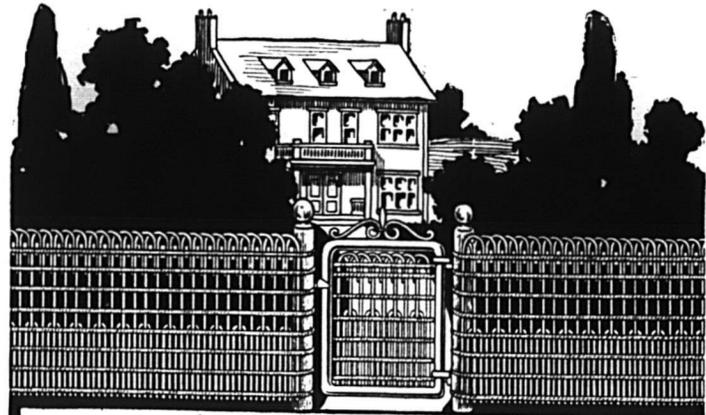
POURQUOI ?

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

Cowan & Britton Limited.

GANANOQUE, Ont.

Couplets, Pentures, Articles de Ferronnerie pour Constructions.



Ouvrez un Rayon de Clôtures Métalliques d'ornement qui vous rapportera.

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

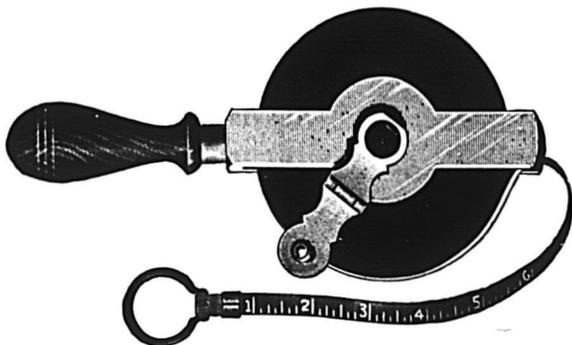
Les Clôtures Ornementales "Peerless"

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

Demandez par lettre notre proposition aux Marchands

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

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



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

REGLES ET GALLONS DE MESURE

LUFKIN

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

CATALOGUE SUR DEMANDE.

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



Les Marteaux, les Clous et les Epingles

Epingles à coudre



RIVETS, fer, cuivre et laiton.

CISEAUX triangulaires et petites rondelles de cuir.

CLOUS EN FER, acier et cuivre.

Spécialités de quincaillerie.

The Parmenter & Bulloch Co., Ltd.

Gananoque, Ont.

MONTREAL 12, rue St-Jacques, Phone 244-102

TORONTO, 34 rue Front Ouest, Phone Main 2879.



Vous sommes pour

LES BATONS DE BASEBALL ET DE HOCKEY, DES SPECIALISTES.

Les batons de baseball et de hockey sont fabriqués en bois de première qualité, ce qui assure une grande durée et une grande résistance. Les batons de baseball sont fabriqués en bois de hickory, ce qui leur donne une grande flexibilité et une grande résistance. Les batons de hockey sont fabriqués en bois de hickory, ce qui leur donne une grande flexibilité et une grande résistance.

Les batons de baseball et de hockey sont fabriqués en bois de première qualité, ce qui assure une grande durée et une grande résistance. Les batons de baseball sont fabriqués en bois de hickory, ce qui leur donne une grande flexibilité et une grande résistance. Les batons de hockey sont fabriqués en bois de hickory, ce qui leur donne une grande flexibilité et une grande résistance.

Les batons de baseball et de hockey sont fabriqués en bois de première qualité, ce qui assure une grande durée et une grande résistance. Les batons de baseball sont fabriqués en bois de hickory, ce qui leur donne une grande flexibilité et une grande résistance. Les batons de hockey sont fabriqués en bois de hickory, ce qui leur donne une grande flexibilité et une grande résistance.

St. Mary's Wood Specialty Co., Limited.

100, rue St-Jacques, Montreal



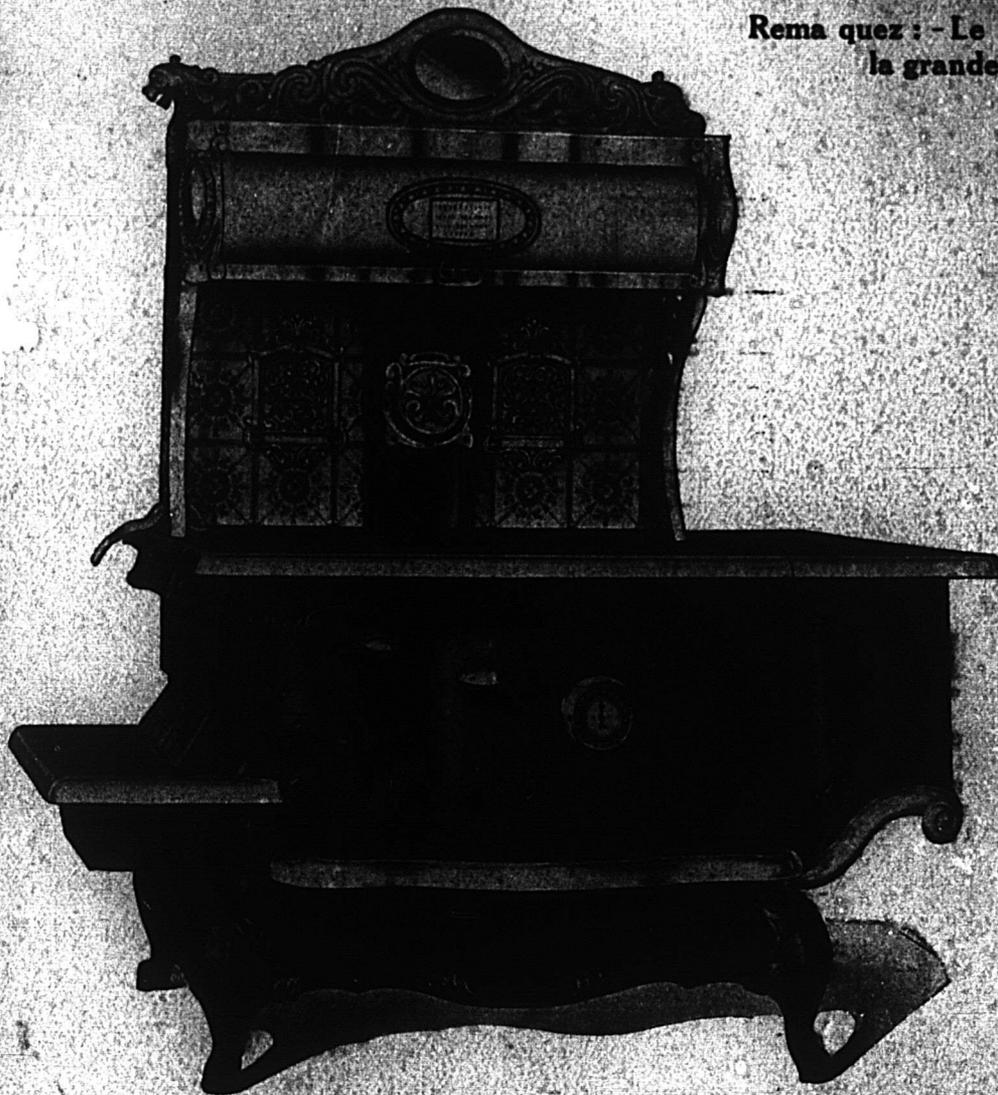
Le "REGAL FAVORITE"

est un Poêle en Fonte, "construit sur commande", tout spécialement pour les besoins de nos clients de la province de Québec. Le Foyer à bois est exceptionnellement grand et le foyer à charbon est aussi bien proportionné.

Le **REGAL FAVORITE** a le plus grand foyer à bois de tous les autres Poêles en fonte. Dans beaucoup de poêles au bois et au charbon, le foyer à bois est trop court et trop étroit, et la porte n'en vaut guère mieux. C'est principalement pour cette raison que dans les districts fermiers et ruraux où le bois est le principal combustible, on est généralement opposé aux poêles en fonte. Ceci est le point par excellence qui milite en faveur du **REGAL FAVORITE**, vu la grandeur exceptionnelle de son foyer à bois et l'exacte proportion de son foyer à charbon.



Remarquez : - Le spacieux foyer à bois et la grande porte du foyer.



LE

Regal Favorite

est construit de manière à suppléer à un besoin qui se faisait depuis longtemps sentir dans la Province de Québec, pour un Beau et Grand Poêle en Fonte, possédant des traits d'utilité et d'économie incontestables, reconnus par tous ceux qui s'occupent de poêle.

Ordonnez-en un échantillon, examinez-le, pesez-le, mesurez-le et mettez-le à l'épreuve par tous les moyens possibles.

Le Fourneau mesure 20x21x13. Le dessus est spacieux et sur le devant se trouve une plaque à pentures avec chef.

Les parties nickelées sont détachables, ce qui est aussi d'une grande commodité.

Si vous n'avez pas reçu notre catalogue, écrivez-nous.
Envoyé, sur demande en Anglais ou en Français, comme on le désire.
Manufacturé par

FINDLAY BROS. CO., LIMITED,

Bureau-chef et usines à Carleton Place, Ont.

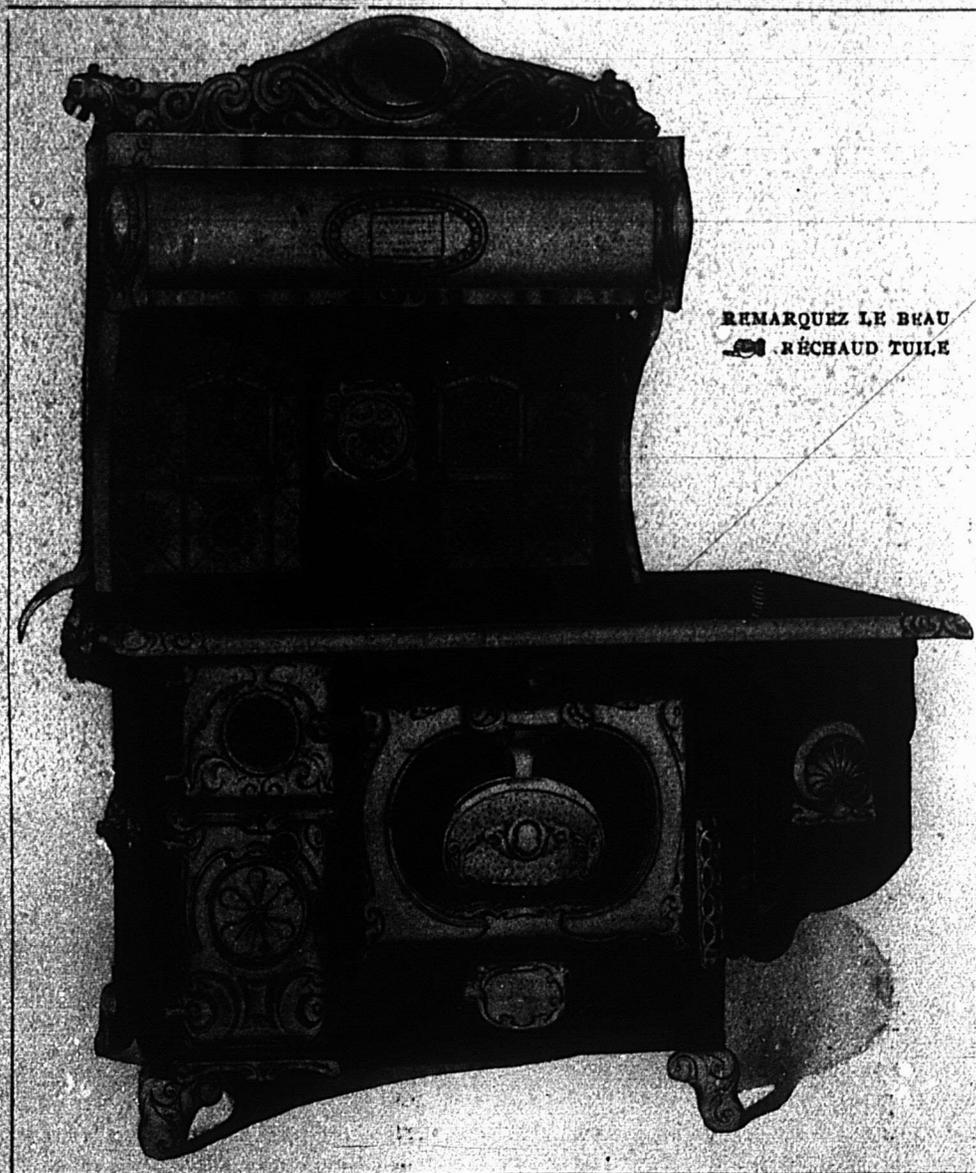
Représentant pour la Province Québec.

“Universal Favorite” est construit correctement et ne se dérange pas.

La vente d'un bon Poêle de Cuisine et un client satisfait veulent dire beaucoup pour le marchand. La vente d'un mauvais Poêle de Cuisine a pour effet de mécontenter un client et de faire perdre sa clientèle et peut-être celle de son voisin.

Augmentez votre popularité parmi vos clients en leur vendant un **UNIVERSAL FAVORITE**. Vous êtes sûr qu'il donnera satisfaction.

La vente d'un de ces Poêles de Cuisine assure celle de plusieurs autres dans le même voisinage ; en outre elle attire la clientèle et facilite beaucoup la vente d'autres articles.



REMARQUEZ LE BEAU
RÉCHAUD TUILE

Le **UNIVERSAL FAVORITE** est d'une classe unique dans son genre. Il est admis par des experts en Poêles que c'est le meilleur Poêle de Cuisine en acier qui ait jamais été offert au Commerce. Ordonnez-en un comme échantillon. Vous constaterez que c'est le vendeur silencieux de votre commerce de poêles.

Fait avec porte de réchaud qui abaisse ou qui roule en dedans comme on le désire.

Nous Manufacturons une ligne complète de Poêles de Cuisine en acier et en fonte, ainsi que de toutes sortes.

FINDLAY BROS. CO., LIMITED.

Bureau principal et usines à Carleton Place, Ont.

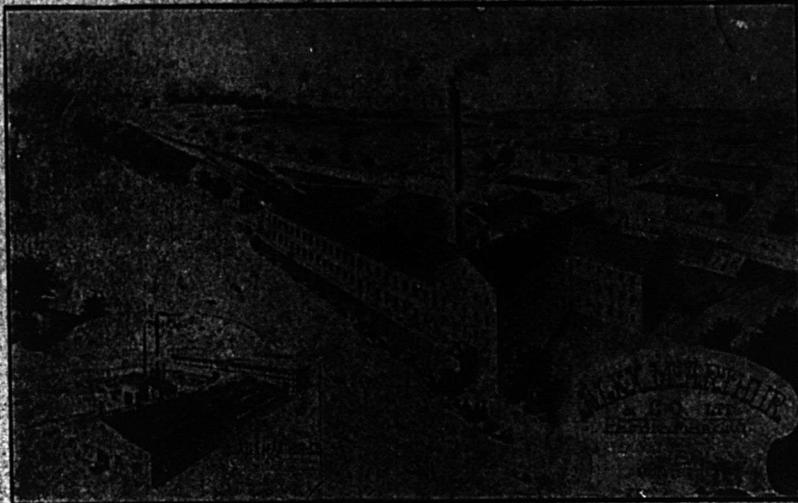
O. Favreau, 112 Ave. Galt, Verdun, Montréal.

Matériel à Toiture Black Diamond



Marque que vous pouvez toujours recommander.

De même que le Diamant est considéré comme le Roi des Joyaux ; de même le MATERIEL A TOITURE "BLACK DIAMOND" est le Roi des Matériaux à Toiture.



LE MATERIEL A TOITURE "BLACK DIAMOND" est le résultat d'années d'efforts faits pour atteindre la perfection. Une manufacture bien outillée et des ouvriers compétents, expérimentés, produisent des milliers de rouleaux de "BLACK DIAMOND" chaque année, et vous pouvez être sûr, M. le Marchand, que vous recommandez un article de premier ordre. Nous vous soutiendrons et assumerons tous les risques à ce sujet.

Pour le commerce du printemps, laissez-nous vous coter nos prix sur les articles suivants :

PAPIER A DOUBLER GRIS ET PAILLE
 PAPIER DE CONSTRUCTION GOUDRONNÉS ET SECS, "CYCLONE" et "CROWN".
 GOUDRON ET CIMENT A TOITURES.
 PAPIERS POUR MURS, JOURNAUX, LIVRES ET PAPIERS DE COULEURS.
 PAPIERS D'EMBALLAGE MANILLE, BRUNS, FIBRES ET GRIS.
 FEUTRE A TAPIS, ETC.

Laissez-nous vous coter nos prix du MATERIEL A TOITURE TOUT PRÉPARÉ. Nous avons de bons arguments pour la vente de toutes les marchandises, qui vous indiqueront la manière d'expliquer les nombreux usages de notre papier spécial et de nos feutres goudronnés pour TOITURES.

Une de nos spécialités est notre MATERIEL A TOITURE EN FEUTRE GOUDRONNÉ ET GRAVIER. Nous avons des listes de toitures qui ont duré beaucoup plus de vingt-cinq ans. Ce matériel est absolument à l'épreuve du feu et d'un prix raisonnable.

Nous ferons toute ligne spéciale demandée. Ecrivez pour renseignements.

Alex. McArthur & Company, Limited.

82 RUE MCGILL

Montréal,

Québec.

Stanley Tools

"45"

SEPT OUTILS DANS UN

1—Rabot à biseau. 2—Rabot à rainure et à filet. 3—Rabot dé. 4—Rabot charrue. 5—Rabot d'appareillage. 6—Rabot à châssis. 7—Rabot à fendre supérieur.

D'autres couteaux peuvent être utilisés avec avantage en substituant la base détachable de forme spéciale.

Les menuisiers trouveront cet outil inappréciable.

Demandez notre catalogue donnant la description complète.

Stanley Rule & Level Co.
NEW BRITAIN, CONN. U.S.A.

M. LE MARCHAND

Ne laissez pas vos clients compromettre la sécurité de leurs propriétés par l'emploi d'un Matériel à Toitures Inférieur qui n'a de recommandable que son bon marché. "WHALE HIDE", voilà ce que devraient être les autres Matériaux à Toitures. Il est strictement de QUALITE. Il n'a sûrement pas de Supérieurs. Il est de beaucoup meilleur marché que ses EG AUX, mais un peu plus cher que ses INFERIEURS.

Nous sommes la seule et unique Compagnie Manufacturière de Matériel à Toitures du Canada capable d'établir un Prix de Vente en Détail du Matériel à Toitures.

NOS MARCHANDS REALISENT \$1.00 DE PROFIT PAR CARRE.

Nous ne confions la vente du "WHALE HIDE" qu'à Un Seul Marchand dans chaque ville.

Il nous faut un marchand dans chacune des villes de votre province.

Dominion Roofing Co., Limited

TORONTO, ONT.

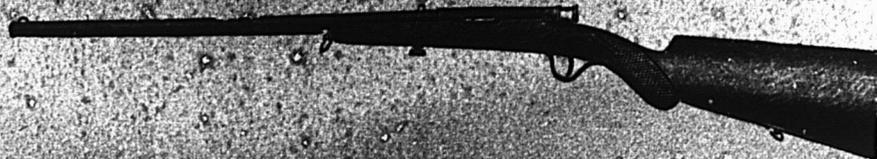
Wm. GRAY SONS & CAMPBELL, Distributeurs pour la Province de Québec, Montréal, 421 Rue St-Jay.

TOITURE

Matthew's



La Carabine "Bayard" à Chien et Détente Automatiques



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

ECRIEZ POUR AVOIR UNE BROCHURE DESCRIPTIVE.

McGILL CUTLERY CO., (REG'D)

P. O. Box 580, Montréal.

SI VOUS DESIREZ AVOIR DES CLIENTS SATISFAITS,
VENDEZ UNIQUEMENT LES MARCHANDISES PORTANT LE NOM DE

JAMIESON

VERNIS POUR TOUT USAGE, COMPRENANT NOTRE
VERNIS "COPALLINE" ET NOS TEINTURES
AU VERNIS. : : : : : : : : : : :

**PEINTURES
PRÉPARÉES PURES** Marques :—CROWN & ANCHOR—ISLAND CITY
—RAINBOW. Des centaines de clients sont prêts à
témoigner que leur emploi donne une satisfaction
parfaite. : : : : : : : : : : :

**COULEURS
:: SECHES** Notre maison est une du petit nombre des manufac-
turiens fabriquant des couleurs sèches, et nous sommes
ainsi en mesure de savoir que des couleurs broyées à
la laque (Japan), ou à l'Huile de lin pure raffinée,
sont d'une pureté incontestable. : : : : : : : : : : :

R. C. Jamieson & Co.

ETABLIS EN 1858

LIMITED

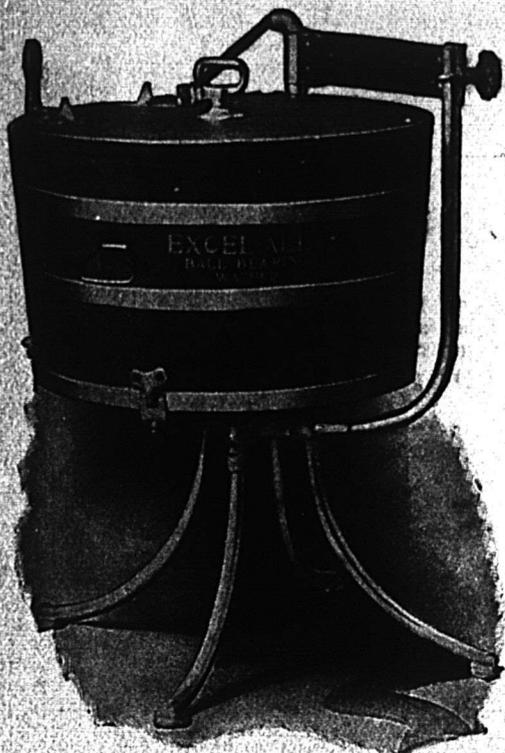
MONTREAL et VANCOUVER

PROPRIÉTAIRES ET DIRECTEURS DE LA COMPAGNIE

P. D. DODS & CO., LIMITED.

NOUS AVONS PLUS D'UN DEMI-SIECLE D'EXPE-
RIENCE COMME GARANTIE DE NOS PRODUITS.

Ceux qui s'en servent disent à leurs amis d'acheter les laveuses et tordeuses de Maxwell



La Laveuse Maxwell "EXCELL-ALL"

Le plus récent modèle de Maxwell et l'exemple le plus perfectionné des laveuses du type à réaction. A cause de son cadre tubulaire, fini aluminium, son poids n'est que de 9 livres et on peut facilement déplacer la laveuse. On peut aussi retirer la cuve de son support.

Le fonctionnement facile de la cuve est obtenu au moyen de coussinets à billes, un ressort facilite encore le travail. La cuve est faite de cyprès de la Louisiane tout-à fait à la mode, fini en chêne doré et encerclée avec de l'alu-



La Tordeuse IMPERIAL de Maxwell

n'a pas de supérieure. Elle est munie de coussinets à billes, avec engrenage recouvert, des meilleurs rouleaux en caoutchouc solide avec un système de tourniquet commode pour la cuve. La ligne de Tordeuses Maxwell comprend plus de cinquante machines, classifiées d'après la qualité du caoutchouc des rouleaux en quatre catégories : 1 an, 2 ans, 3 ans, et 5 ans. Les variétés comprennent les engrenages à découvert et recouverts, les coussinets simples et à billes, les ressorts plats et à spirales, les systèmes de crampons à levier, les crampons à tourniquet en fer malléable qu'on trouve dans l'Impériale.

La laveuse à grande vitesse CHAMPION de Maxwell

La plus simple, la plus commode de toutes les machines à laver, à grande vitesse. On peut la faire fonctionner soit avec le levier à main soit avec la manivelle assujettie au bout de l'essieu du volant, ce qui permet de choisir ou de changer.

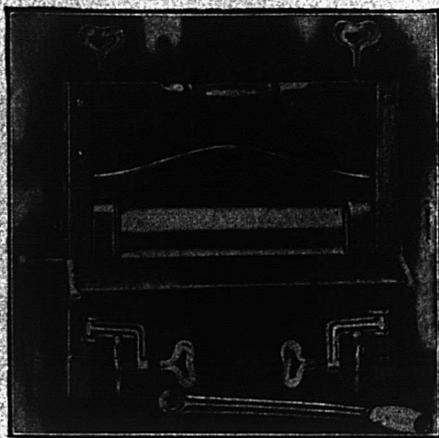
Le lourd volant aide étonnamment au fonctionnement qu'il rend facile et doux.

La cuve est faite de cyprès de la Louisiane, fini en bois naturel, de couleur sajou. La planche de la tordeuse reste absolument indépendante de telle façon que presque tout le dessus s'ouvre.

La Baratte FAVORITE de Maxwell

Près de vingt ans d'épreuves dans tout le Canada et dans d'autres pays où l'industrie laitière est très prospère ont prouvé d'une manière si concluante la supériorité de la baratte "Favorite" de Maxwell que la vente de cette baratte dépasse aujourd'hui dans la Puissance celle de toutes les autres marques ensemble.

La caisse est en chêne de première qualité, fini bois naturel. Le cadre est en cornière, léger, rigide, presque indestructible. Les coussinets pour rouleaux et l'engrenage à la main et au pied rendent facile son emploi.



La ligne Maxwell de machines à laver, de tordeuses, de barattes, de tondeuses pour gazon et d'autres spécialités pour la maison et le jardin donnent toujours satisfaction à vos clients.

ECRIVEZ POUR AVOIR NOTRE CATALOGUE ET NOS PRIX.

David Maxwell & Sons, St. Mary's Ont.

Agence à Montréal, 448 Rue St-Paul.

100%
PURE

100%
SURE

La Peinture MARTIN-SENOUR
PURE 100%

est la bonne peinture qui vous représente le mieux. Votre réputation et vos affaires s'amélioreront avec elle. Elle est la plus sûre et la plus économique. Elle est la seule qui ne se décolore pas et qui ne se craquelle pas. Elle est la seule qui ne se ternit pas et qui ne se décolore pas. Elle est la seule qui ne se craquelle pas et qui ne se décolore pas. Elle est la seule qui ne se ternit pas et qui ne se décolore pas.

THE MARTIN-SENOUR CO. LIMITED.

Les Peintures de Paris et de France.

MONTREAL.

TORONTO.

CHICAGO.



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

LE CIMENT CANADA

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

Canada Cement Company Limited

Bureau des ventes à

MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG, CALGARY.

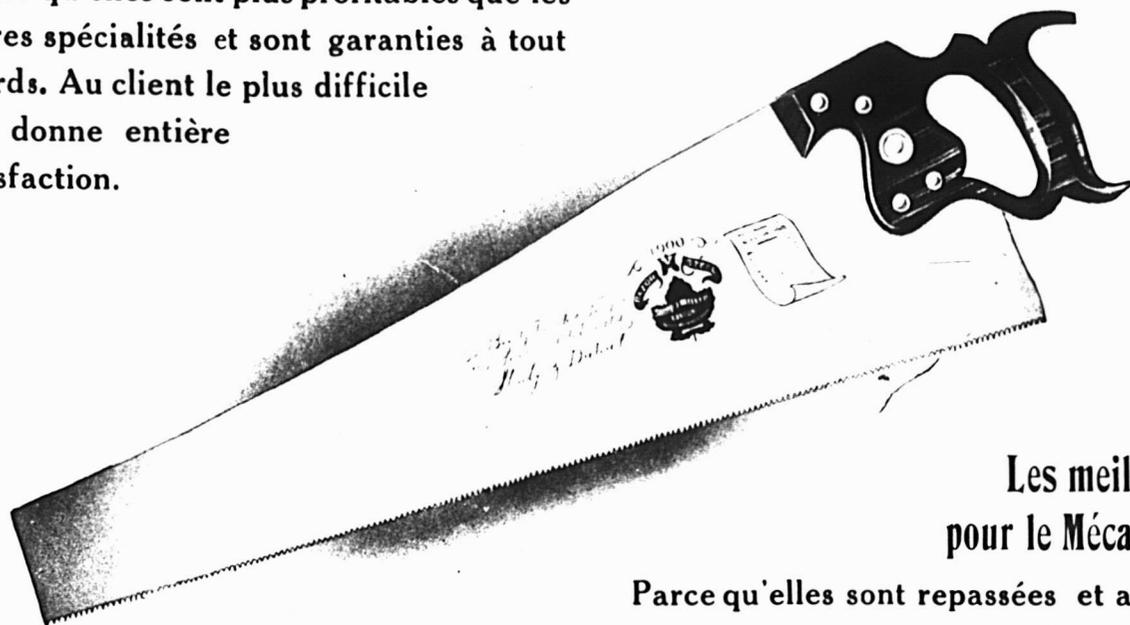
Commandez au bureau le plus proche de chez vous.



Les Scies Maple Leaf

Les meilleures pour le Commerçant

Parce qu'elles sont plus profitables que les autres spécialités et sont garanties à tout égards. Au client le plus difficile elle donne entière satisfaction.



Les meilleures pour le Mécanicien

Parce qu'elles sont repassées et affilées dans une juste mesure et glissent facilement dans le bois. Elles sont repassées au moyen de nos procédés spéciaux et garanties donner satisfaction.



Nous manufacturons aussi

Des scies passe-partout à dents de lance améliorées, scies-rubans, circulaires, à onglet, à dé, Gang, à enrayures, Back, de boucher, à élaguer et Buck, ainsi que des outils et accessoires.

Demandez à nos commis-voyageurs ou à nous-mêmes par lettre notre plan spécial pour augmenter le chiffre des ventes parmi les charpentiers et autres mécaniciens.

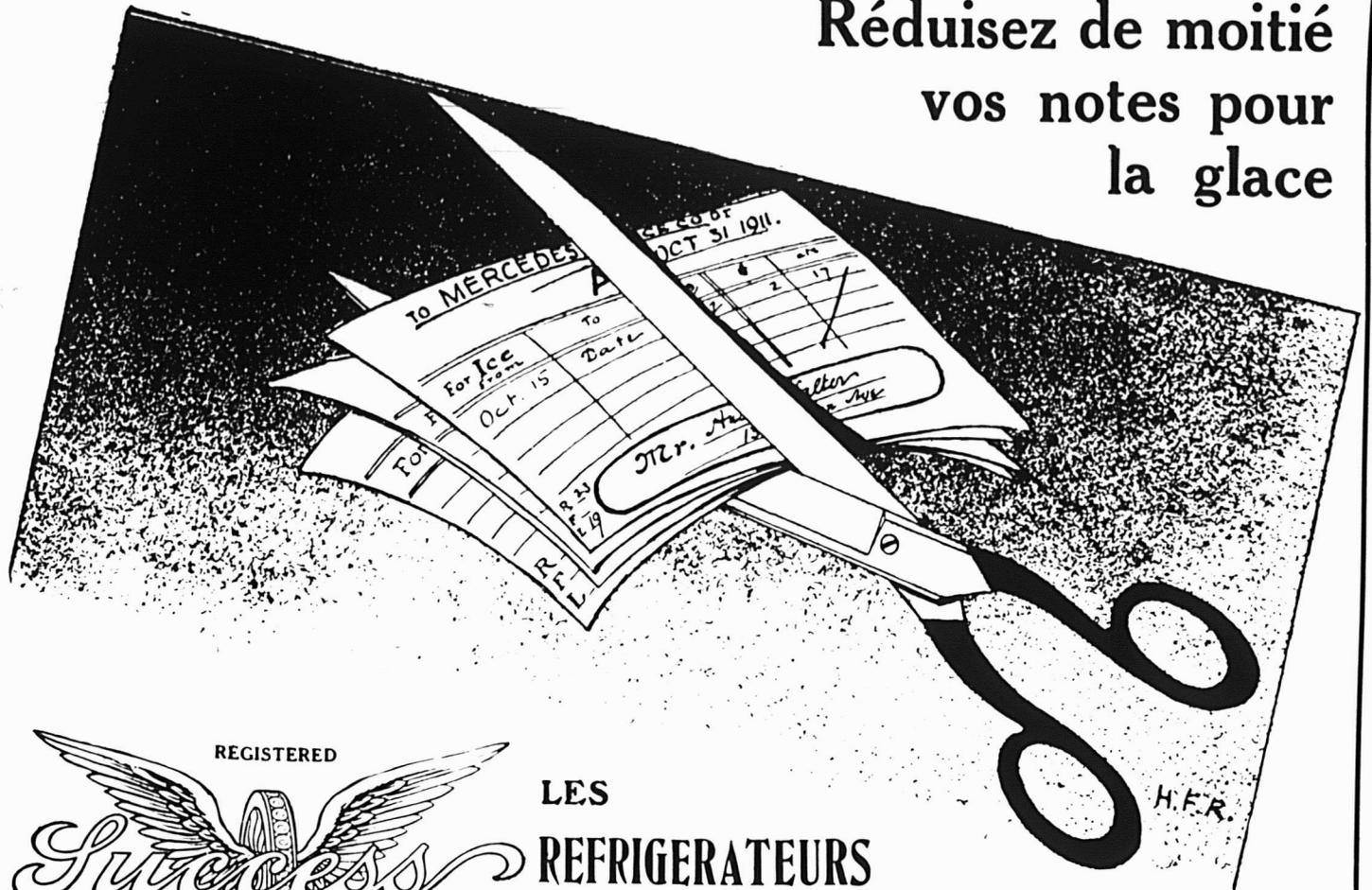
Shurly-Dietrich Company, Limited

GALT

1642 Rue Pundora
VANCOUVER, C. A.

ONTARIO

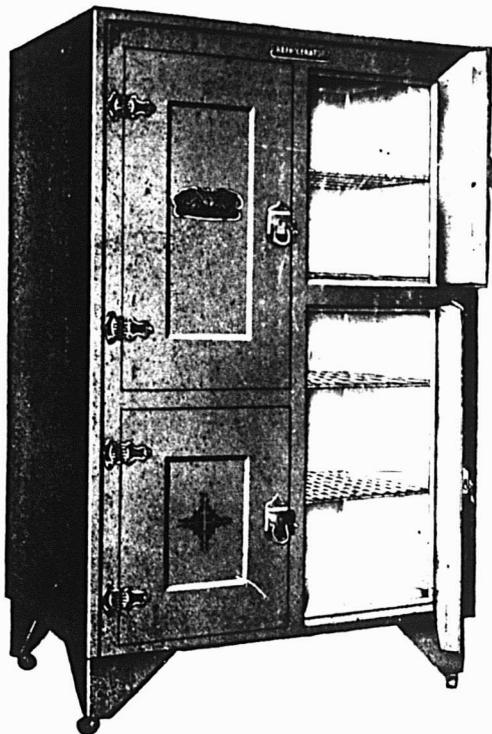
Réduisez de moitié
vos notes pour
la glace



LES
REFRIGERATEURS

TOUT EN ACIER

Economisent beaucoup de glace



LE GENRE QUE VOUS DEVRIEZ FAIRE comme une bouteille Vacuum
AVOIR

Propre, Sanitaire, Salubre.

La plus récente et la plus parfaite création dans la construction des réfrigérateurs.

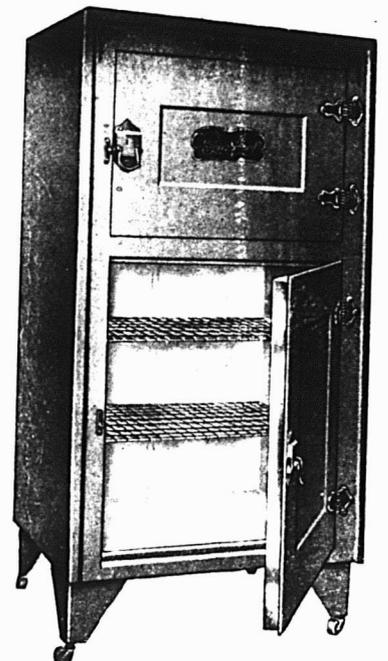
PAS DE BOIS DANS CES
REFRIGERATEURS

qui absorbe l'humidité et garde les odeurs ;
qui se gonfle, se contracte et se brise ; qui
se corrompt et garde des germes et de la poussière .

LES PORTES SE FERMENT
TOUJOURS SERREES

Toutes les parties intérieures sont
détachables, facilement nettoyées

Ils gardent la glace plus longtemps et
par suite maintiennent la température plus
basse et la nourriture en condition meilleure
et plus hygiénique. Ils font économiser un
fort montant sur la note pour la glace et
peuvent vous faire économiser la note d'un
médecin à chaque saison.



Ils content un peu plus cher.

Extérieurs en Aluminium

Ils valent beaucoup mieux.

INTERIEUR EN EMAIL BLANC ; COMPARTIMENT GALVANISE POUR LA GLACE.

LEWIS BROS., LIMITED, MONTREAL
OTTAWA, TORONTO, VANCOUVER, MONTREAL,



Ne Laissez Pas Trop Diminuer Votre Stock.

Il y a plus de gens cette année qui achètent de la peinture **SHERWIN-WILLIAMS** que jamais auparavant. Poussez la vente de cette peinture et voyez comme le chiffre des affaires s'élèvera.



THE SHERWIN-WILLIAMS Co.
of Canada, Limited.

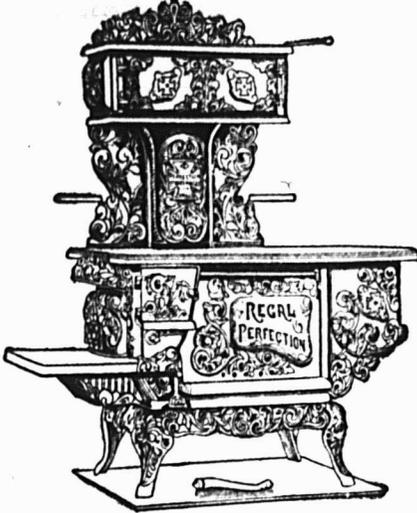


PAINT, VARNISH & COLOR MAKERS
LINSEED OIL CRUSHERS

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

Le Poêle "REGAL"

est garanti cuire également et parfaitement. Nous n'hésitons pas à dire que ce poêle est parfait sous tous les rap-

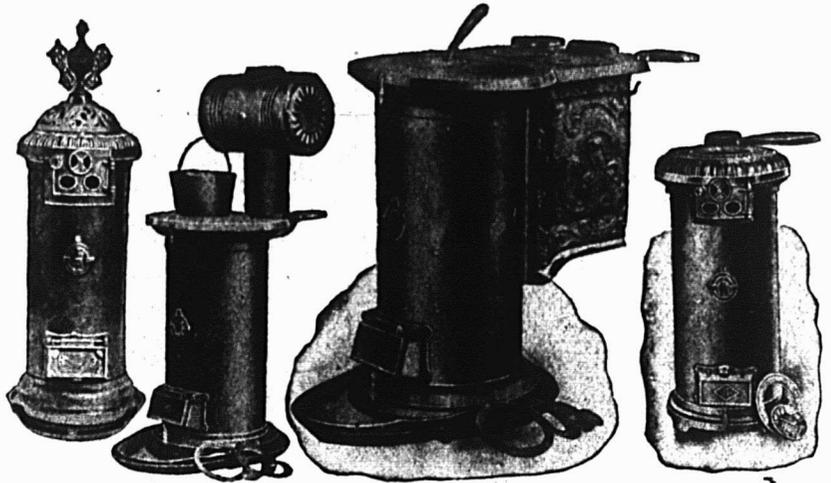


ports. Il vous sera profitable d'en avoir un échantillon en magasin. Si vous ne tenez pas les poêles mais en avez besoin pour votre propre usage, nous vous en vendrons un à bas prix pourvu que personne ne vende nos poêles dans votre ville.

Nos Poêles "TORTUE".

Notre ligne de Poêles "TORTUE" est complète sous tous les rapports.

La plus récente addition est le No. 4 AVEC UN GRAND FOURNEAU en acier.



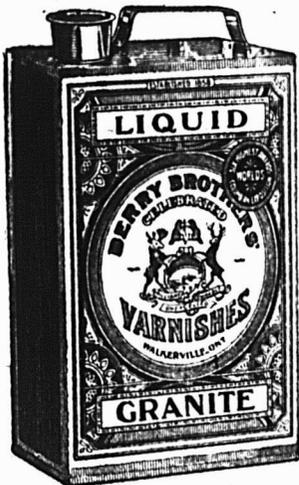
Si vous ne tenez pas déjà les poêles, nous espérons que vous admettrez l'opportunité de vous procurer des échantillons de ceux-ci. Il vous sera profitable de les avoir en magasin.

Ecrivez-nous pour les prix et autres informations.

The JAMES SMART MFG. CO., Limited

BROCKVILLE,

Ontario.



Vous devriez insister pour avoir ce vernis à plancher.

Le fameux "émail liquide" de Berry Brothers est l'étalon depuis des générations. Il résiste bien à toutes les plus rudes épreuves de durée et de détérioration.

Il a un bon aspect, une bonne durabilité et est le produit d'une expérience de 55 ans. Ce n'est pas tant le montant que vous payez que ce qu'on vous vend qui détermine la valeur d'un vernis.

L'émail liquide est un vernis d'une si remarquable souplesse et élasticité que, bien que le bois recouvert de ce vernis puisse se bossuer à la suite d'un coup, le vernis cèdera sans craquer et si on le lave à l'eau savonneuse il n'en sera pas affecté.

Si vous achetez l'émail liquide de Berry Brothers, vous SAVEZ que vous avez un produit de qualité—pourquoi faire des essais avec quelque chose qu'on PRETEND être "aussibon" ?

1858

BERRY BROTHERS

1913

Les plus grands manufacturiers de vernis du monde entier.

WALKERVILLE,

ONTARIO.

DU "TORONTO STAR" 8 AVRIL

*"Parmi les odeurs de printemps, la plus remarquable est celle de la peinture fraîche."***"ODEUR REMARQUABLE"**

En se plaçant au point de vue du marchand, on aurait pû ajouter : "Et parmi les odeurs de printemps la plus PROFITABLE est celle de la peinture fraîche."

Ce qui nous amène à poser la question—Etes-vous approvisionnés aussi BIEN que vous DEVRIEZ l'être pour ramasser tous les bénéfices qu'on peut faire au printemps sur la peinture ?

Si vous ne l'êtes pas, alors il faut agir PROMPTEMENT. Vous avez ICI et MAINTENANT votre chance. Voici pourquoi vous l'avez ICI, chez nous :

La peinture "Anglaise" Brandram-Henderson assure à vos clients une MEILLEURE QUALITE. Elle est plus durable. Car nous corrodons et broyons NOTRE PROPRE Blanc de Plomb. Ceci nous permet de mettre une plus large PROPORTION de Blanc de Plomb—70% garanti—dans la Peinture "Anglaise" Brandram-Henderson. A ces 70% de Blanc de Plomb Pur nous ajoutons 30% de Blanc de Zinc Pur. Nous en sommes FIERS.

Pour soutenir notre bonne qualité de peinture nous faisons une vigoureuse campagne pour en pousser la vente, surtout pour le bénéfice de nos agents.

Est-il nécessaire que nous vous expliquions que c'est MAINTENANT que vous avez votre chance ?

Lisez de nouveau cette découpeure du Toronto Star. Remarquez la date—Puis écrivez à notre plus proche bureau.

BRANDRAM-HENDERSON

LIMITED

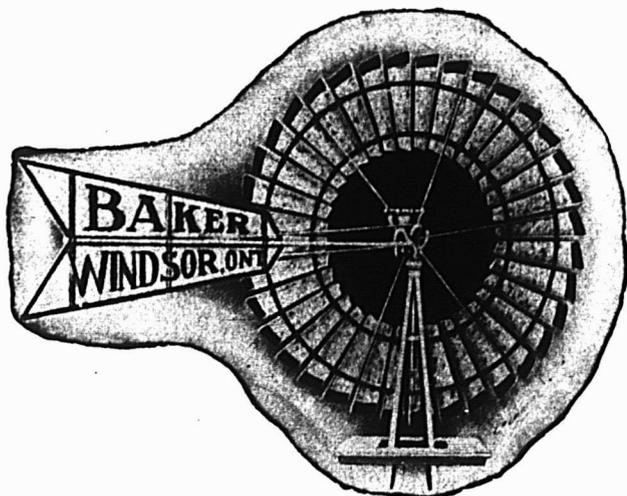
Montreal

Halifax

St. John

Toronto

Winnipeg

LA FORCE MOTRICE DU MOULIN A VENT**Gagne de la popularité**

pour pomper et n'est égalée par aucune force motrice.

Des milliers de fermiers qui ont d'abord employé des engins à gasoline s'en sont fatigués et achètent des moulins à vent.

Le Coût d'un Baker peut être Economisé en Une Année.

Le coût de la gasoline, de l'huile, des batteries et des réparations pour approvisionner d'eau 150 têtes de bétail et la ferme d'importance moyenne, avec un engin à gasoline achètera chaque année un moulin à pomper avec coussinets à billes, à ENGRENAGE EN ARRIERE "BAKER"

Notre proposition aux marchands est très attrayante et vous fera gagner de l'argent. Vous ne pouvez faire mieux que de profiter de cette occasion.

Ecrivez pour avoir notre catalogue et la liste de nos clients satisfaits.

The Heller-Aller Company

Windsor,

Ontario

TORONTO
Gendron
CANADA
 TRADE MARK
 REG.

MANUFACTURIERS DE

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



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

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

GRAND TRUNK RAILWAY SYSTEM

**QUATRE TRAINS
 EXPRESS
 PAR JOUR**

Montréal et Toronto.

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

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

LA SEULE ROUTE A DOUBLE VOIE.

L'"International Limited"

LE MEILLEUR CONVOI DU CANADA.

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

QUIPEMENT DE PREMIERE CLASSE

Montréal et Ottawa.

Quitte Montréal à 8.16 a.m., et à 9.30 a.m.

Arrive à Ottawa à 11.30 a.m., et à 12.15 p.m.

Quitte Montréal à 3 55 p.m., et à 8.00 p.m.

Arrive à Ottawa à 7.10 p.m., et à 11.15 p.m.

Trains à 9.30 a.m., et à 3.55 p.m., tous les jours diman-
 che excepté ; à 8.16 a.m., et 8 00 p.m., tous les jours.

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

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

Hurteau, Williams & Cie. Limitée

(Maison de Confiance fondée en 1892)

Le plus grand choix d'instruments de Musique au Canada.

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

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

Le seul endroit où vous puissiez vous procurer le merveilleux "PHONOLA" (PHONOGRAPHE
 PATHÉ) jouant les disques à saphir et à aiguille.

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

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

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

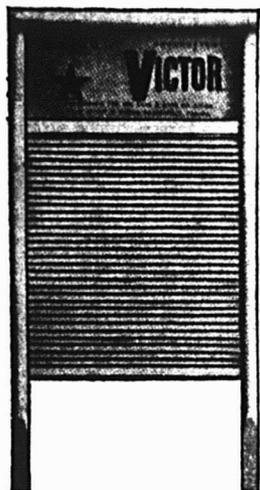
Prix spéciaux pour argent comptant ou avec conditions de paiements pour convenir aux acheteurs.

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

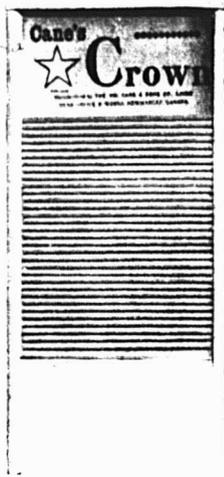
Succursale: No. 131 rue Sparks, Ottawa.

"CANE"

Le nom attaché aux meilleurs articles en bois, au Canada.



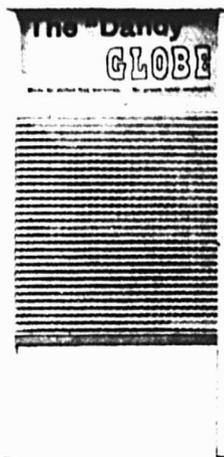
A SURFACE
DE VERRE



A SURFACE
EN ZINC SOLIDE



A SURFACE
EN ZINC SOLIDE



SURFACE EN ZINC
A COINS A ECOULEMENT

Les planches à Laver "Cane"

sont fabriquées en nombre de genres pour répondre à tous les besoins.—Elles sont solides, propres et durables,

Les Cuves en Bois "Cane"

ne rouilleront pas et retiendront la chaleur plus longtemps que n'importe quelle autre cuve sur le marché.

Demandez tout de suite notre catalogue illustré
en FRANÇAIS.

Ecrivez à votre fournisseur en gros pour connaître nos prix.

Une garantie absolue pour chaque article.



CAUFRE EN ONDULATIONS
SURFACE EN ZINC



PETIT MODE-
LE OU DE
GRANDEUR
CUVETTE.
USAGE DO-
MESTIQUE
POUR LE
LAVAGE DES
FINES DEN-
TELLES.

The WM. CANE & SONS CO., LIMITED

NEWMARKET, ONTARIO.



SEaux EN BOIS



CUVES A LAVER EN BOIS



Ne manquez pas de faire remarquer à vos clients que chaque canistre de

**VERNIS ET SPECIALITES DE VERNIS
INTERNATIONAL**

Contient une pleine mesure impériale—et non une mesure à vin ou une petite mesure.

C'est une question de première importance pour votre vente.

Et ayez toujours dans l'esprit que les produits "INTERNATIONAL" constituent l'étalon dans le monde entier—ils sont aussi bons que l'habileté de la main-d'oeuvre, le choix des matériaux et une expérience de plus de quarante ans dans les vernis peuvent les produire.

Demandez les détails de notre proposition. C'est un article qui vous procurera certainement des bénéfices.

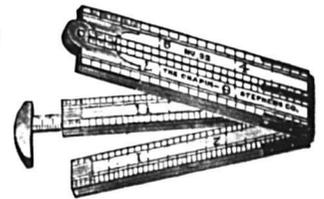
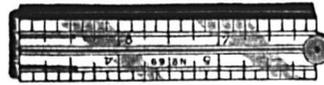
International Varnish Co., Limited
TORONTO --- WINNIPEG

Manufacture Canadienne de premier ordre.

New-York, Chicago, Londres, Berlin, Bruxelles, Melbourne.

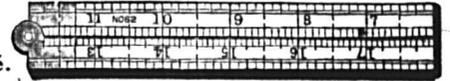
Les plus grandes Usines du monde et les premières qui aient établi des étalons définitifs de qualité.

REGLES



Plus de 200 Styles.

La meilleure qualité.

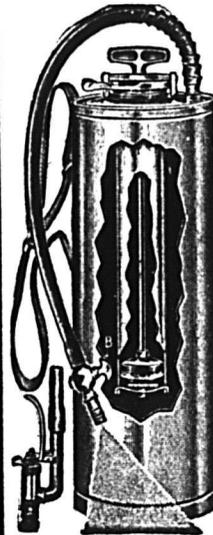


THE CHAPIN-STEPHENS CO.

UNION FACTORY

PINE MEADOW, CONN., E. U. A.

SMITH HDWE. CO., LTD. Agts., MONTREAL, CANADA.



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

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

à Blanchir à la Chaux.

DEMANDEZ NOTRE CIRCULAIRE ET NOS PRIX.

Cavers Bros.

16 MAIN STREET

GALT, ONT.



FAITES PREPARER VOS PLANS DE CONSTRUCTIONS PUBLIQUES OU PRIVEES, PAR

P. L. W. DUPRE & CIE.,

CONSTRUCTEURS ET EXPERTS EN ARCHITECTURE

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

Demandez notre Catalogue "The Progress".

CLOTURE ORNEMENTALE



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

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

P. L. W. DUPRE & Cie.,

567 AVE. DELORIMIER.

Tél. La Salle 437.

ESCABEAU

(Shelf Lock)

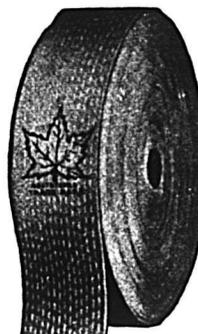
4 à 10 Pieds

Les Attaches sont en Acier Galvanisé.

Le "barrage" de cet escabeau est dans la tablette qui se tient toujours élevée lorsque l'escabeau est fermé, et horizontalement lorsque en usage. Voilà ce qui en fait un escabeau comode et pratique pour la maison.

Demandez notre catalogue "D"

THE STRATFORD MFG. CO., Limited.
STRATFORD, Ont.



**COURROIES
MAPLE-LEAF**

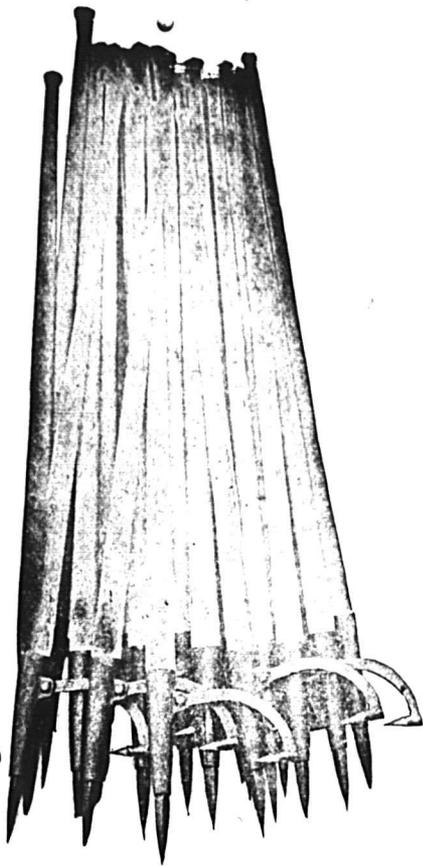
Copie d'un Témoignage de la
WELLINGTON MILLING CO.

Moorefield, Ont.

Nous avons toujours été satisfaits de vos courroies.

DOMINION BELTING CO., LTD.

10 rue St-Jean - Montréal



Dans la classe

STANDARD,

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

LES OUTILS DE CHANTIER DE

'PINK'

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

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

Procurez-vous le Catalogue et la liste de Prix.

THOS. PINK, **Pembroke, Ontario.**



FABRIQUÉS AU CANADA

Gonds de Porte "R-W"

un gond pour toute porte qui glisse.

Lisse à Trolley—Lisse Ronde—Lisse Plate.

Appareil Pour Porte de Sureté
avec étiquette de l'assureur.

CRICS POUR VOITURES
Les Meilleurs.

Brancards en Fil de Fer
Légers et Lourds.

et

MEULES A AIGUISER

à monture d'acier, coussinets à billes,

les seuls fabriquées au Canada.

Richards-Wilcox

Écrivez-nous
aujourd'hui

Nous vous
aidons à les
vendre.



CANADIAN COMPANY, LTD.
LONDON, ONTARIO.



SAINT-HYACINTHE

SES ORIGINES — SES DEVELOPPEMENTS — SES PROGRES

Depuis peut-être un quart de siècle, on nous a habitués à ne chercher le progrès industriel et commercial que vers la partie occidentale du Canada. Certes, durant cette période, l'Ouest canadien a pris un essor considérable, attribuable sans conteste à des circonstances tout à fait particulièrement favorables.

La politique d'immigration intensive adoptée par nos gouvernants a contribué plus que toute autre chose au mouvement de progrès de l'Ouest.

Pendant que l'on entourait ainsi de soins empressés les provinces nées des anciens Territoires du Nord-Ouest, il ne faudrait pas croire que l'Est restait stationnaire, extasié devant la prodigieuse expansion du Manitoba, de l'Alberta et de la Saskatchewan.

Si, comme les enfants majeurs d'une famille, les villes de l'Est ont été pratiquement laissées à elles-mêmes, elles n'en ont pas moins continué à se bien comporter. Elles ont fait mieux; elles se sont distinguées et, parmi celles dont le développement mérite une mention toute spéciale, la ville de St-Hyacinthe apparaît au premier rang.

Pour n'avoir pas eu une vie aussi agitée que certaines autres villes de la province de Québec, elle a fait preuve d'une expansion régulière et constante, grâce à l'esprit d'initiative et à l'énergie déployés par ses marchands, ses industriels et, en général, par tous ses habitants.

Si nous remontons à ses origines, nous verrons que la ville de St-Hyacinthe, quoique géographiquement moins bien placée que ses soeurs dans la province, après avoir eu une enfance plutôt humble, s'est élevée à la force du poignet, pourrait-on dire, au rang qu'elle occupe aujourd'hui.

Tout ce que l'on pourrait dire sur St-Hyacinthe, ne saurait mieux la décrire que cette simple phrase: "Une ville pas très grande, mais très prospère, où l'école, l'église et l'industrie sont représentées par les plus grands édifices et la prison par le plus petit."

Son histoire, c'est celle d'une ville canadienne-française ayant pris origine dans une concession seigneuriale octroyée en 1748 à Pierre-François Rigaud, qui fut pendant 21 ans gouverneur de la Nouvelle-France, laquelle concession fut vendue cinq ans plus tard pour la somme de 4,000 francs (\$800.00) au sieur Jacques-Hyacinthe-Simon de Lorme, de Québec, entrepreneur de quais et de wagons d'artillerie au service du roi de France.

Sa première paroisse fut celle de St-Hyacinthe, fondée en 1763, et de laquelle a surgi autour de sa première église et de sa résidence seigneuriale, le village

qui, dans les années suivantes, s'est transformé en la superbe ville qu'est aujourd'hui St-Hyacinthe.

Très attrayante est la ville avec ses larges rues résidentielles bordées d'arbres, sa magnifique cathédrale; son collège imposant entouré d'un terrain spacieux planté d'ormes et de chênes centenaires, ses statues, ses fontaines et ses fleurs, située sur la rive nord de la rivière Yama-ska qui dans un demi-cercle entoure la ville, et qui à cet endroit forme une série de chutes ou cascades, fournissant non seulement le pouvoir aux manufactures, mais offrant au-dessus de l'écluse, sur une distance de plus de vingt milles, un endroit idéal pour les promenades en bateau durant les mois d'été.

C'est en 1775 que le délégué de l'évêque de Québec choisit l'endroit, connu alors sous le nom de Coiteau de la Cascade, qui devait servir à l'établissement d'une paroisse dont la fondation date de 1780 et qui comptait alors 75 familles.

C'est en 1792 que fut construit le premier moulin à farine, qu'on remplaça d'ailleurs par un plus grand en 1800.

L'année 1793 vit s'élever le premier temple catholique qui fut livré au culte le 17 octobre 1791, et, l'année suivante, s'édifier au centre d'une contrée très prospère, le premier manoir seigneurial.

Le séminaire de St-Hyacinthe, qui fait aujourd'hui l'orgueil du Canada-français, naquit en 1811 et eut pour fondateur l'abbé Antoine Girouard, religieux d'une brillante intelligence et d'une haute érudition et qui avait charge de la nouvelle paroisse depuis 1806. Il dirigea durant 20 ans ce séminaire qu'il avait créé.

Ses successeurs prirent grand soin de l'héritage qui leur fut confié et n'épargnèrent rien de ce qui pouvait contribuer à en faire une des meilleures maisons d'éducation du pays. Aujourd'hui, l'institution où ont été formés la plupart de nos grands hommes publics, possède une bibliothèque composée de quelque 45,000 volumes; un laboratoire scientifique très complet et un musée d'histoire naturelle.

Le séminaire est fréquenté actuellement par près de 500 élèves qui sont dirigés par 32 professeurs ayant comme supérieur M. le chanoine C.-P. Choquette, l'une des gloires du clergé canadien.

Il fallait un complément à cette première forme de gouvernement éducationnel. Aussi, en 1816, on fonda, pour l'éducation des jeunes filles, un couvent dont on confia la direction aux Révérendes Soeurs de la Congrégation Notre-Dame et qui s'élevait sur le site même où est maintenant construit le couvent de Lorette. L'augmentation de la population et les besoins multipliés qui en découlent ont depuis donné lieu

à la fondation d'autres couvents tels que celui de la Présentation, celui de Saint-Joseph et l'Académie Prince où les élèves reçoivent une instruction des plus soignées.

Outre ces maisons régulières, la ville compte l'Académie Girouard, contrôlée par la Commission Scolaire Catholique, et une école primaire pour jeunes filles, sous le contrôle d'une Commission Scolaire Protestante. Pour ceux qui se destinent au commerce et à la finance les Frères des Écoles Chrétiennes ont établi à St-Hyacinthe une succursale du Collège du Sacré-Coeur d'Arthabaska, dans un édifice de cinq étages mesurant 155 pieds de façade et 70 pieds de profondeur. Le cours d'étude y est donné en français et en anglais et les élèves sont au collège comme dans leur famille, tant l'éducation morale marche de pair avec l'éducation intellectuelle.

La ville possède en plus une école d'industrie laitière dirigée par le professeur O.-E. Dallaire. Elle fut la première école du genre fondée au Canada et la seconde en Amérique. Elle a jusqu'ici puissamment aidé au développement de la région en aidant à la création d'industries des plus profitables. Au moment de la fondation de cette école, la province de Québec ne comptait que 162 beurreries et fromageries; aujourd'hui elle en compte près de 3,000. La production du beurre et du fromage, qui était alors évaluée à \$650,000 à peine, dépasse actuellement \$30,000,000. En plus de procurer aux cultivateurs un moyen de gagner beaucoup d'argent, l'école a pour but d'éduquer les fermiers au point de vue de la noblesse de leur état.

Comme l'indique clairement son nom, l'ÉCOLE COMMERCIALE PRATIQUE LALIME est une institution où l'on enseigne non seulement la théorie,

mais où les élèves ont sans cesse l'occasion de traduire en pratique l'enseignement théorique.

Si l'on tient compte que cette école ne compte que quelques années d'existence, on en conclura que sa création a comblé dans notre province une lacune qui se faisait vivement sentir. Les élèves viennent de tous les coins du pays recevoir ici une instruction commerciale qu'ils ne peuvent se procurer aussi complètement, aussi rapidement et aussi économiquement ailleurs.

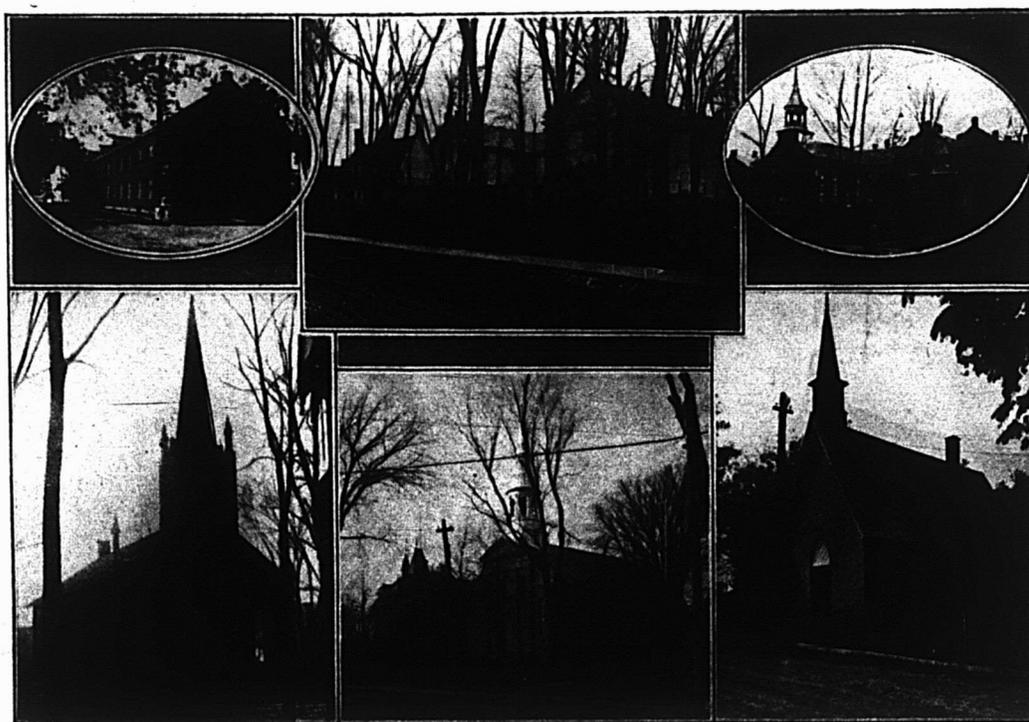
Le soin que M. Lalime prend de ses élèves, non seulement au point de vue de la formation intellectuelle, mais aussi au point de vue de la formation morale, a été la cause du succès prodigieux pour ainsi dire de son école.

Il comprend que leurs parents les lui confient pour les instruire dans le plus court espace de temps possible et il veut que toutes leurs facultés et tous leurs moments soient appliqués à leur perfectionnement éducationnel.

Dans ce but, il a édicté un règlement sévère défendant tous les amusements et toutes les pratiques de nature à leur faire perdre un temps et une clarté intellectuelle nécessaires à l'assimilation prompte des leçons données par les professeurs spécialistes dont il s'est assuré les services à grands frais.

C'est ainsi que l'usage de la cigarette et la fréquentation des spectacles de vues animées sont strictement prohibés.

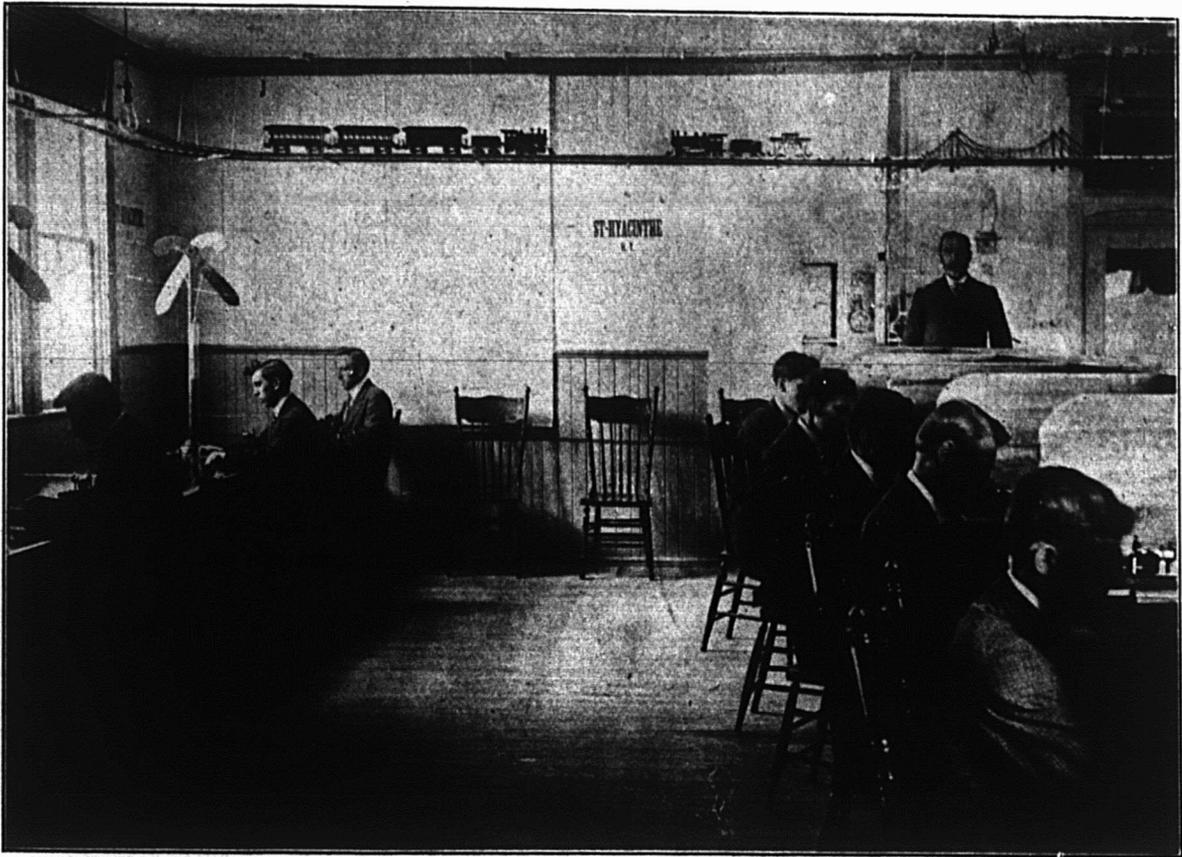
La dernière réforme établie par le distingué professeur est celle ayant trait au contrôle efficace des dépenses de ses élèves. Cette réforme permet non seulement aux parents d'obtenir un compte exact des déboursés de leurs enfants, mais initie ces derniers à la vraie pratique des affaires de banque.



1.—Hôtel-Dieu.
2.—Eglise Presbytérienne.

3.—Couvent du Précieux-Sang.
4.—Eglise Notre-Dame.

5.—Hôtel-Dieu.
6.—Eglise Episcopale.



La classe de télégraphie pratique à l'Ecole Lalime.

Voici brièvement comment fonctionne ce système :

Les parents au lieu de remettre à leurs enfants les sommes destinées à leurs dépenses, les font tenir au directeur de l'école qui les dépose en banque à un compte ouvert en fidéi-commis (in trust). Quand l'élève a besoin de fonds, il tire sur ce compte par un chèque, mais il doit faire contresigner ce chèque par le professeur chargé de l'enseignement de la comptabilité des banques et il n'obtient la signature de ce dernier qu'en indiquant l'emploi projeté de la somme tirée.

Par ce système les parents sont assurés que leurs enfants ne feront aucune dépense folle comme cela peut arriver chez des jeunes gens mis en possession de montants assez élevés et vivant loin de leurs familles.

De son côté l'élève s'initie à la comptabilité des banques par une pratique régulière, et on connaît trop la valeur de l'expérience personnelle pour qu'il nous soit nécessaire d'insister sur les avantages qu'il peut retirer de ce système au point de vue de son avancement dans les connaissances commerciales et financières.

M. Lalime ajoutant à ses nombreuses matières l'enseignement complet de la comptabilité des banques a donc trouvé un moyen aussi ingénieux qu'utile pour le donner.

Cette nouvelle branche de ses cours pratiques remportera sans aucun doute tout le succès que les autres ont eu jusqu'ici.

Le local de la classe de télégraphie n'est pas très

luxueux, mais il offre tous les avantages qu'un élève puisse désirer. Il est vaste, très bien éclairé et d'une propreté parfaite.

Une voie double de chemin de fer est suspendue au plafond et contourne la pièce. Sur cette voie double se trouvent deux trains, un convoi de marchandises et un express.

Les deux locomotives sont mues par l'électricité.

Chaque élève assez avancé dans la télégraphie pour comprendre et expédier les dépêches a, sur les tables extérieures, un poste télégraphique correspondant à une gare devant laquelle circulent les deux convois; ce poste est relié à l'instrument du professeur qui remplit le rôle d'expéditeur de trains.

L'élève se trouve ainsi dans la position exacte d'un chef de gare et il apprend la manipulation des trains d'une manière parfaite.

De fait le cours de Télégraphie Pratique de l'Ecole du Professeur Lalime est sur un pied d'égalité avec ceux des meilleurs collèges américains et il n'a pas son pareil au Canada.

Il est certain qu'avant longtemps Monsieur Lalime devra songer à agrandir cette classe qui est de nature à rendre de si grands services à notre jeunesse studieuse et désireuse de se créer de belles situations dans le monde des chemins de fer.

Nous félicitons Monsieur Lalime de son esprit d'initiative et nous espérons que le succès continuera toujours à couronner ses efforts.

Enfin, et comme pour compléter cette belle série de maisons d'éducation, citons une autre institution des plus parfaites :

L'ÉCOLE COMMERCIALE BELANGER.

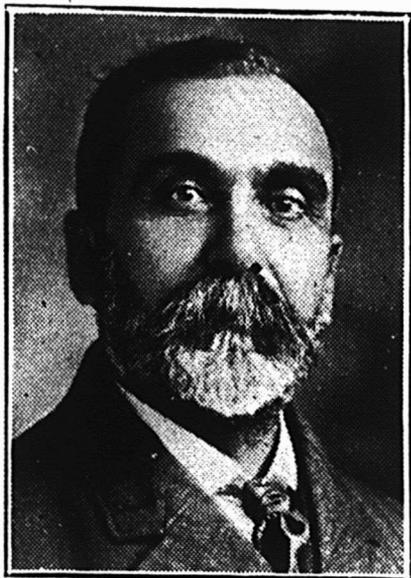
Les témoignages de tous ceux que l'on peut accepter comme juges en la matière sont unanimes à proclamer que cette école donne à ses élèves un confort et une instruction modernes en tous points.

Les méthodes les plus pratiques, par conséquent les plus rapides et celles qui s'adaptent le mieux aux exigences du commerce et de l'industrie, sont seules employées à l'école Bélanger.

Le programme des études comporte tout ce qui a rapport au cours commercial: Français, Anglais commercial, Arithmétique, Calligraphie d'après un système unique, Sténographie française et anglaise, Clavigraphie (Underwood), Tenue des livres, Comptabilité des banques et des chemins de fer.

Le professeur C.-E. Coderre est chargé de donner les Cours de Télégraphie.

Il est reconnu comme un télégraphiste distingué, ayant à son crédit plus de trente années d'expérience,



**C. E. CODERRE, Prof. télégraphiste,
à l'École Commerciale Bélanger, St-Hyacinthe.**

dans la pratique de l'administration des gares pour le compte de nos grandes compagnies de chemin de fer.

M. C.-E. Coderre a dernièrement quitté l'École Lalime, où il a enseigné avec grand succès, pour accepter un poste identique à l'École Commerciale Bélanger.

Tous les élèves qu'il a formés occupent maintenant de lucratives positions et nombreux sont ceux qui, tentés par les succès des autres, accourent de toutes parts pour suivre son cours, car tout élève compétent a l'assurance d'une bonne position en quittant l'école. Les directeurs se font un plaisir d'adresser des prospectus à tous ceux qui en feront la demande.

L'École Commerciale Bélanger, grâce à son système perfectionné, grâce à un enseignement rapide, court, quoique complet, grâce à ses cours méthodiques, est arrivée à produire ces hommes aptes à remplir les positions les plus élevées.

Tout élève intelligent peut, en quelques mois, ap-

prendre plus et mieux que dans les collèges. Cela se comprend facilement si l'on songe seulement à l'énorme différence qui existe entre l'enseignement scolaire et les cours privés.

"Dans la province de Québec on s'est toujours plaint et avec raison que l'enseignement était trop exclusivement théorique; à la sortie de nos écoles, de nos académies et de nos collèges, l'élève si fort soit-il dans les matières qu'il a apprises, doit recommencer par un processus lent, les études qu'il a faites pour appliquer dans la vie pratique chacune des connaissances qu'il a acquises en théorie. Ceci exige de longs mois et de longues années à des salaires de "famine."

M. Bélanger, par son établissement, a réussi à réduire au minimum l'enseignement théorique et quand l'élève franchit la porte de l'école Bélanger, il entre pour ainsi dire dans le domaine de l'enseignement essentiellement pratique. Là il pourra apprendre avec avantages, l'arithmétique, la comptabilité, la calligraphie, la sténographie anglaise et française, les langues et la correspondance anglaise et française, la télégraphie appliquée, etc., etc.

Tous ces cours sont enseignés par M. Bélanger lui-même ou sous sa direction immédiate, ce qui signifie que le distingué professeur se fait un devoir de faire bénéficier chaque élève individuellement de sa longue expérience et de son mode d'enseignement pratique et d'une rapidité incomparable. Son motto est tout un programme: "Enseigner beaucoup, bien et en peu de temps."

Ainsi, par exemple, disons quelques mots de la classe de télégraphie.

Ces cours de télégraphie sont donnés par M. Coderre — un expert et un professionnel de 30 ans de service — qui possède le mode d'enseignement le plus pratique et le plus rationnel qui existe, un système unique en son genre, et qui permet à l'élève de devenir en peu de temps, un véritable opérateur, possédant assez de connaissances pour occuper lui-même — en certains cas — la position de chef de gare.

M. Coderre, étant en relations constantes avec les officiers supérieurs de nos principales compagnies de chemin de fer, est, plus que tout autre, en position d'obtenir pour ceux de ses élèves qui en sont qualifiés, des situations très rémunératrices. De fait, la demande pour de bons télégraphistes est toujours de plus en plus considérable.

Nous ne pouvons pas terminer cette note sans dire un mot du cours de calligraphie de l'École Bélanger.

M. J.-E. Bélanger, une autorité en calligraphie, s'occupe personnellement de cette classe.

Sa méthode d'enseigner l'art de bien écrire est nouvelle; elle est le résultat d'une étude approfondie de plusieurs années.

Ajoutons que M. Bélanger est l'auteur du "Système Bélanger d'Écriture Commerciale Pratique", volume de cent vingt-cinq pages, qui est, à tous les

points de vue, ce qu'il y a de mieux et de plus moderne, actuellement en librairie, prix : 75 cents, chez l'auteur, à St-Hyacinthe.

Bref, l'École Commerciale Bélanger, de St-Hyacinthe, est une institution non seulement utile, mais nécessaire. Et elle ne peut que rendre d'immenses services à ceux — c'est-à-dire à tous — qui désirent se former pour entrer avec confiance dans le "struggle for life", la lutte pour la vie.

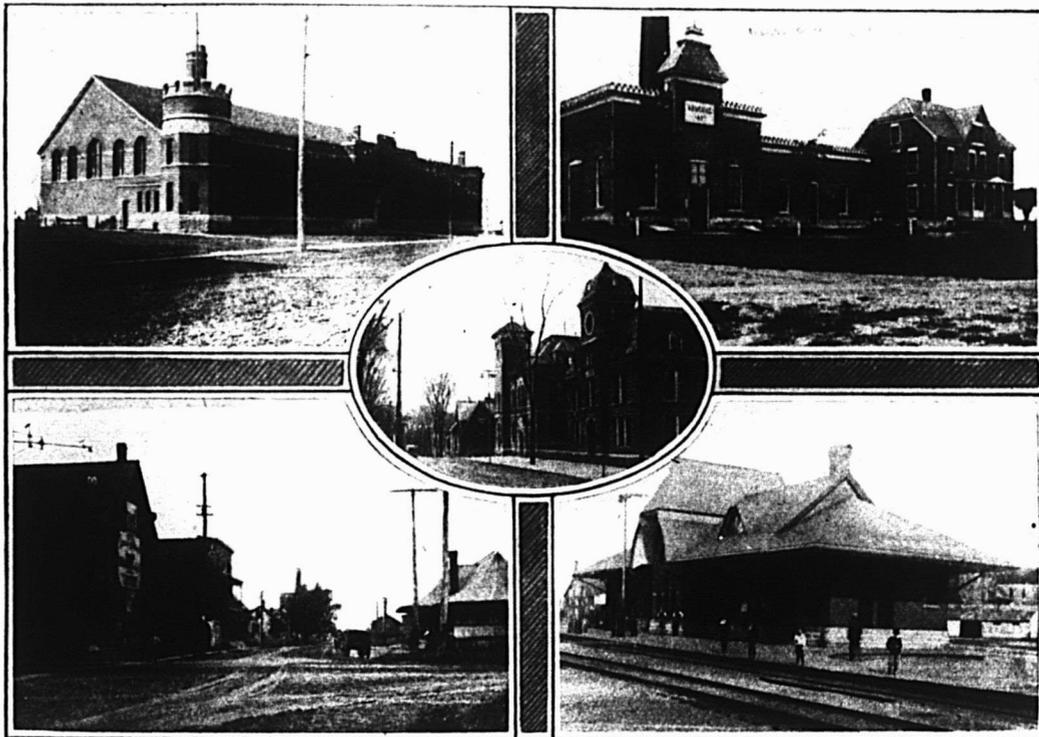
* * *

Le même esprit qui a présidé à la création des maisons d'éducation dans la ville de St-Hyacinthe, a aussi contribué à la fondation d'hôpitaux, d'orphelinats et d'asiles pour les vieillards et les pauvres.

En 1840, M. l'abbé Crevier qui avait succédé au

LES COMMUNICATIONS.

La ville de Saint-Hyacinthe possède aujourd'hui des moyens de communications tout à fait avantageux. Dès 1847 la compagnie du chemin de fer Atlantic et St-Laurent, aujourd'hui la compagnie du Grand-Tronc, construisit le tronçon qui devait réunir Saint-Hyacinthe à Montréal, distantes l'une de l'autre de 37 milles à peine. Aujourd'hui, les lignes conjointes du Grand-Tronc et de l'Intercolonial, celle du Pacifique Canadien ayant une station à St-Joseph, faubourg situé sur la rive sud de la rivière Yamaska, établissent un réseau de communications faciles entre St-Hyacinthe et les autres grandes villes du Canada. Au surplus, comme le chemin de fer Montreal & Quebec Southern qui s'étend de Sorel à Noyan Junction, passe



**Bureaux des Postes et des Douanes.
Manège Militaire.**

Rue Dessales.

**Aqueduc et Gare du G. T. R.
et de l'I. C. R.**

premier curé, M. Girouard, fonda le premier hôpital qui fut confié aux soins des Révérendes Soeurs de l'Hôtel-Dieu. Depuis cette époque, on a vu surgir tour à tour l'Hôpital St-Charles, l'Ouvroir Ste-Genève, asile pour dames âgées, le Patronage St-Vincent de Paul, le Manoir St-Joseph, où les orphelins apprennent la culture de la terre, et, enfin, un monastère des Pères de l'Ordre de Saint-Dominique, lesquelles institutions sont toutes plus ou moins des œuvres de charité, ou de miséricorde.

Un tel groupement de maisons d'éducation et de bienfaisance rendait tout naturel le choix de la ville de Saint-Hyacinthe comme siège épiscopal du diocèse dont la fondation remonte à l'année 1852, et l'on ne tarda pas à jeter les bases de la magnifique cathédrale actuelle. Aujourd'hui, les catholiques de la ville possèdent donc trois temples: la cathédrale, l'église Notre-Dame et la chapelle des Révérendes Soeurs du Précieux Sang. La population protestante en a deux à sa disposition: un temple presbytérien et un temple anglican.

au centre de la ville après avoir fait raccordement avec le Delaware & Hudson, il met encore la ville de St-Hyacinthe en communications directes avec les principaux centres américains.

LES INDUSTRIES.

Tous ces avantages de site et de communications, joints à celui d'un pouvoir hydraulique d'une grande puissance fourni par la rivière Yamaska, ne pouvaient manquer d'attirer l'attention d'un grand nombre d'industriels.

La faible distance qui sépare St-Hyacinthe de Montréal étant déjà un grand actif au crédit de la première, il a suffi de quelques conditions avantageuses au point de vue de la main-d'œuvre pour en faire un des centres manufacturiers les plus importants de la province de Québec.

"Penmans Limited," la principale industrie de St-Hyacinthe, est une succursale des plus grands manufacturiers de tricots du continent américain, sinon du monde entier. Comme la puissante compagnie pos-



Vue de la rue Cascades regardant vers l'Est.

sède dix grandes usines dans les provinces de Québec et d'Ontario, ses produits de la marque "Pen-Angle" sont favorablement connus d'un océan à l'autre. L'usine de St-Hyacinthe a une superficie de 160,000 pieds carrés et couvre une étendue de terrain de cinq arpents. Elle donne de l'emploi à environ 600 personnes et paye en salaires \$250,000 annuellement. L'outillage se compose de machines à carder, à filer, à tricoter et à tisser et les principaux produits sont les sous-vêtements, la bonneterie, les couvertures de laine, les mitaines, les flanelles, les vestons de laine et les feutres utilisés chez les fabricants de pulpe et de papier.

— La maison O. Chalifoux & Fils, Ltée, manufacturière de machines à battre, à scier, etc., est l'une des plus anciennes de la localité. La maison fut fondée en 1848. En 1882 les usines furent complètement détruites par le feu, mais on ne tarda pas à en reconstruire de nouvelles qui emploient aujourd'hui un outillage des plus modernes.

Dans l'ordre de seniorité, vient ensuite la maison J.-A. & M. Côté, dont la fondation date de 1865 et revient à MM. Louis et Georges Côté, faisant alors affaires sous la raison sociale de Louis Côté et Frères.

MM. J.-A. et M. Côté leur succédèrent et, après l'incendie qui détruisit une grande partie de la ville de St-Hyacinthe, organisèrent, en septembre 1903, la compagnie actuelle qui fait une spécialité de la confection de chaussures chevillées et pointées pour hommes, femmes et enfants. Elle s'est aussi créé une grande et belle réputation dans la fabrication de chaussures fortes pour les mineurs, explorateurs et cultivateurs, de même qu'avec ses produits de fantaisie genres McKay et Goodyear.

La chaussure de la Cie J.-A. & M. Côté est distribuée dans tout le Dominion par un grand nombre de voyageurs et par les marchands de gros avec qui la

compagnie fait un commerce très considérable.

Son personnel se compose de plus de 250 employés à qui elle paye environ \$80,000 annuellement et son chiffre d'affaires varie de \$400,000 à \$500,000.

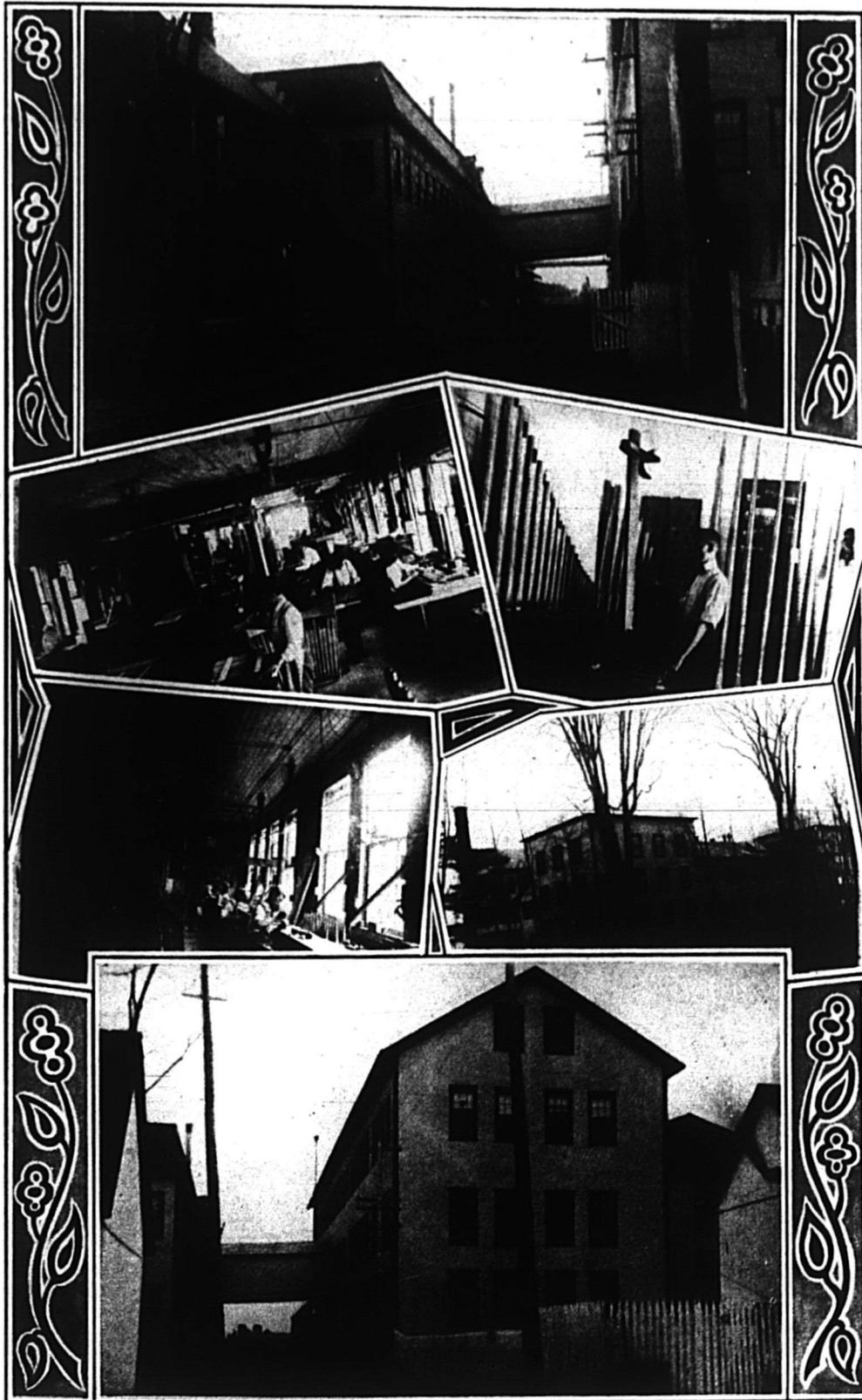
Dans le même ordre d'affaires, la ville de Saint-Hyacinthe possède encore une succursale de Ames-Holden-McCready, Limited, la plus grande manufacture de chaussures du Canada. Elle a été établie en 1903, produit aujourd'hui au-delà de 100,000 paires de chaussures pour hommes et femmes et distribue annuellement plus de \$150,000 parmi ses 350 ouvriers et ouvrières.

Depuis 1912, une autre maison importante dans le commerce de la chaussure est venue s'ajouter à celle que nous avons déjà nommées. C'est la E. T. Shoe Co. qui fait le commerce en gros et dont nous publions l'annonce dans une autre colonne.

Comme industrie filiale à la chaussure, on trouve à St-Hyacinthe la plus ancienne maison ayant toujours porté le même nom, celle de MM. Payan & Duclos, manufacturiers de cuir. Elle emploie 150 personnes dans des usines couvrant une superficie de terrain de 68,000 pieds carrés. MM. Payan & Duclos ont aussi à Montréal un magasin très important où toutes les variétés de cuir qu'ils produisent sont constamment exposées.

En même temps que MM. Payan & Duclos, M. F.-X. Bertrand établissait une industrie pour l'exploitation de laquelle il formait, en 1902, une compagnie qui prit le nom de La Cie F.-X. Bertrand et qui manufacture des élévateurs stationnaires, engins portatifs, concasseurs, etc. La compagnie emploie plus de 50 ouvriers à qui elle paye environ \$25,000 annuellement et son chiffre d'affaires atteint \$80,000 par année.

Casavant Freres



Les
Facteurs
d'Orgues
par
excellence.

Différents
aspects
des
Usines.

— Au nombre des industries diverses établies dans la prospère ville de St-Hyacinthe, il en est une remarquable entre toutes, du fait que, dans son genre, elle est la plus importante qui soit en Amérique. C'est l'établissement de MM. Casavant Frères, les facteurs d'orgues sans pareils. Lorsqu'ils jetèrent les bases de leur industrie, en 1880, il était à craindre qu'une entreprise aussi utile n'eût pas une longue vie. En effet, en cette première année, ils ne construisirent qu'un seul instrument. Mais l'énergie et le génie de MM. Casavant aidant, l'industrie ne fut pas lente à s'imposer et, aujourd'hui, les ateliers occupent une

superficie de 80,000 pieds carrés et, au cours de l'année 1912, on y a construit 45 instruments. La maison emploie environ 175 ouvriers, distribue \$70,000 en salaires annuellement et son chiffre d'affaires s'élève à plus de \$290,000 par année.

MM. Casavant Frères ont à leur crédit la construction des grandes orgues de Notre-Dame de Montréal, les plus considérables en Amérique; de celles de la Cathédrale de St-Jacques, St-Louis de France, de la St. Andrews Presbyterian Church, de la Douglas Church, de la Christ Church Cathedral et d'autres



LA COMPAGNIE

J.-A. & M. CÔTÉ

MANUFACTURIERS

— DE —

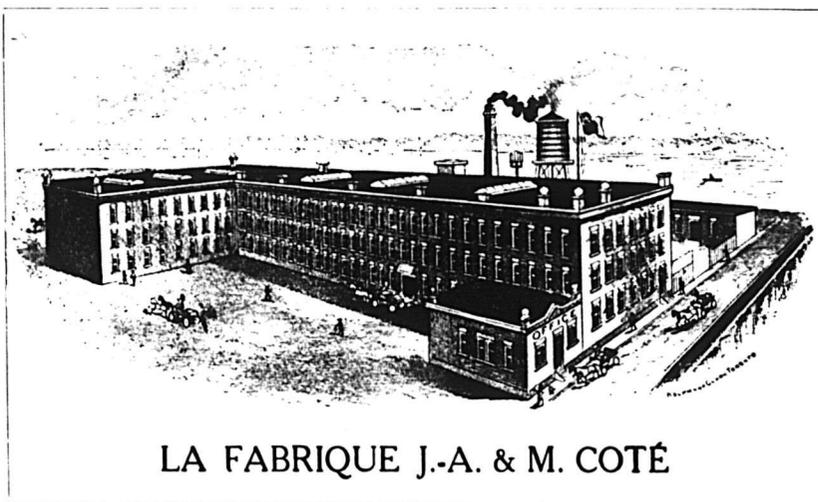
CHAUSSURES

ST-HYACINTHE, P. Q.

La Compagnie J.-A. & M. Côté date du mois d'octobre 1903. Elle fut organisée au lendemain de la conflagration qui détruisit une partie de la ville de St-Hyacinthe, y compris la fabrique de chaussures jusqu'alors exploitée par MM. J.-A. & M. Côté

L'industrie en question, l'une des plus anciennes de St-Hyacinthe, fut fondée en 1865, par MM Louis et Georges Côté qui eurent pour successeurs, en 1893, leurs frères MM. J.-A. & M. Côté, fondateurs de la Compagnie actuelle.

La Compagnie fabrique aujourd'hui toutes espèces de chaussures pour Hommes, Femmes, Filles, Fillettes, Garçons, Garçonnetts et Enfants, suivant les différents procédés connus dans l'industrie sous les noms de **GOOD-YEAR, WALTERS, McKAY, STAN-DARD.**



LA FABRIQUE J.-A. & M. COTÉ

SCREWED, LOOSE NAILED et à **CHEVILLE** et fait une spécialité de chaussures fortes pour Ouvriers, Mineurs, Ingénieurs Civils, Employés de Chemin de Fer, etc., en un mot pour tous les emplois qui requièrent une chaussure forte, solide et durable.

Les prix, dans toutes les qualités, défient toute concurrence. Les produits de la Compagnie sont répandus d'un océan en l'autre par les soins de voyageurs compétents et de nombreux marchands de gros. La Compagnie possède un outillage complet et des plus modernes à la disposition de 250 ouvriers et ouvrières habiles, qui, sous la direction de patrons pratiques, initiés au secret du métier depuis leur bas âge, ont su créer à l'industrie une réputation enviable sous tous les rapports.

églises de Montréal, de même que celui de l'Université de Toronto.

Au cours de leurs 33 années d'affaires, MM. Casavant Frères ont construit plus de 450 orgues actuellement en usage dans les principales églises du Canada et des États-Unis, ce qui est une source de légitime orgueil pour les citoyens de St-Hyacinthe.

D'autre part, il s'est formé, en 1910, la Compagnie d'Orgues Canadiennes dont le capital-actions de \$20,000 vient d'être porté à \$50,000 et qui promet de devenir une des plus florissantes industries de Saint-Hyacinthe. La Compagnie a déjà à son crédit la construction d'instruments fameux utilisés dans plusieurs églises et chapelles du Canada.

Vient ensuite s'ajouter à la liste la Distillerie de Saint-Hyacinthe qui fut incorporée en 1902 avec un capital-actions de \$1,000,000. Ses produits sont dans le marché depuis 1906, après avoir été soumis aux règles fédérales qui régissent la vente des spiritueux. Depuis son entrée dans la sphère commerciale, la com-

chargés de surveiller les intérêts du gouvernement. Le produit total de la compagnie est d'environ 150,000 gallons par année et les impôts prélevés rapportent quelque \$300,000.

Les directeurs de la compagnie sont: MM. O. Brouillard, M.P., président; M. Archambault, vice-président; Dr L.-A. Archambault, secrétaire; E.-H. Solis, trésorier, et D.-J. Brennau, directeur-gérant. Ce sont tous d'habiles directeurs, travaillant à faire de leur distillerie l'une des plus importantes du pays.

Dans un autre genre, nous trouvons encore une industrie prospère dans l'établissement de MM. L.-P. Morin & Fils.

Fondée en 1870 par M. L.-P. Morin, la plus ancienne industrie du genre à St-Hyacinthe eut plutôt des débuts modestes. Mais grâce à l'énergie et à l'esprit d'entreprise du fondateur, elle ne tarda pas à se développer et à prendre de très grandes proportions. Deux fois incendiées, en 1886 et en 1904, les usines se sont relevées chaque fois agrandies, et aujourd'hui,



Rue Cascades regardant vers l'Ouest.

pagne a remporté des succès éclatants qu'elle doit principalement à la production de son fameux Rye-Whisky dont les soins de fermentation ont nécessité la construction d'un immense entrepôt. Le "National Canadian Whisky" n'est mis en bouteilles qu'après avoir subi toutes les épreuves imposées et ses excellentes qualités lui ont déjà valu une haute réputation dans le commerce.

La compagnie possède de grandes écuries pour l'engraissement des animaux durant la saison de la distillation. Elle exploite aussi une fabrique de vinaigre où elle utilise tous les produits de la distillerie qui ne peuvent pas servir à la fabrication du whisky. La série des usines couvre une immense étendue de terrain et emploie une quinzaine d'hommes en plus des officiers du Département du Revenu de l'Intérieur

elles occupent une superficie de 15,000 pieds de terrain et sont pourvues des machines les plus modernes pour la fabrication des portes, châssis et persiennes, pour l'exécution de travaux de construction de toutes sortes, fournitures pour églises et écoles, en gros ou en détail.

MM. L.-P. Morin & Fils emploient environ 150 personnes à qui ils distribuent \$40,000 annuellement, et leur chiffre d'affaires dépasse \$200,000 par année.

Pour la construction générale, la ville de Saint-Hyacinthe possède l'importante maison Paquet & Godbout dont l'organisation remonte à 1883 et qui compte un grand nombre de travaux importants. Elle emploie annuellement 200 personnes qui reçoivent plus

The Duhamel Rattan Furniture Co., Limited.

C'est la maison par excellence à qui confier
vos commandes de meubles en tous genres.



La Manufacture de Meubles Duhamel

SERVICE IRREPROCHABLE,
SATISFACTION GARANTIE.

Renseignements fournis sur demande.

ST. HYACINTHE

P. Q.

de \$80,000 en salaires, et son chiffre d'affaires est estimé à environ \$400,000.

Depuis 1911, St-Hyacinthe compte au nombre de ses industries La Cie de Biscuits de St-Hyacinthe, Ltée. Elle est la seule compagnie du genre, dans la province, qui donne des noms français à ses produits et la seule qui fournisse gratuitement les boîtes servant à l'emballage des articles expédiés. Depuis sa fondation la compagnie a fait des progrès étonnants.

Une autre industrie d'une grande importance est celle de MM. A. Amyot & Cie, qui fut fondée sous la raison sociale de Eastern Clothing Co., par MM. Amyot et Poirier, mais dont le nom a été changé l'année dernière en celui de Amyot & Cie, ce dernier étant maintenant le seul propriétaire. Sa manufacture emploie une centaine de personnes à la confection de hardes pour hommes, garçonnetts et enfants, et elle distribue quelque \$50,000 en salaires chaque année.

La maison est représentée par plusieurs commis-voyageurs qui vendent ses produits dans les provinces de Québec, Ontario, Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Ecosse.

La fonderie Dusseault & Lamoureux fut établie en 1893 par ses propriétaires actuels, deux habiles artisans. La fonderie donne de l'emploi à une vingtaine d'ouvriers qui se partagent annuellement un budget de \$8,000 environ. On y fabrique des machines utiles aux boulangeries et aux raffineries, des formes pour chaussures, leviers, etc., et on y fait aussi les réparations en tous genres. Le chiffre d'affaires annuel de la compagnie est d'environ \$40,000.

La E. T. Corset Company, Ltd., fondée à Sherbrooke en 1880 a été transférée à Saint-Hyacinthe en 1892. Elle est maintenant organisée en compagnie à

fonds social au capital de \$300,000 et fait d'excellentes affaires dont le chiffre annuel est d'environ \$250,000 et elle distribue quelque \$75,000 en salaire parmi plus de 200 employés.

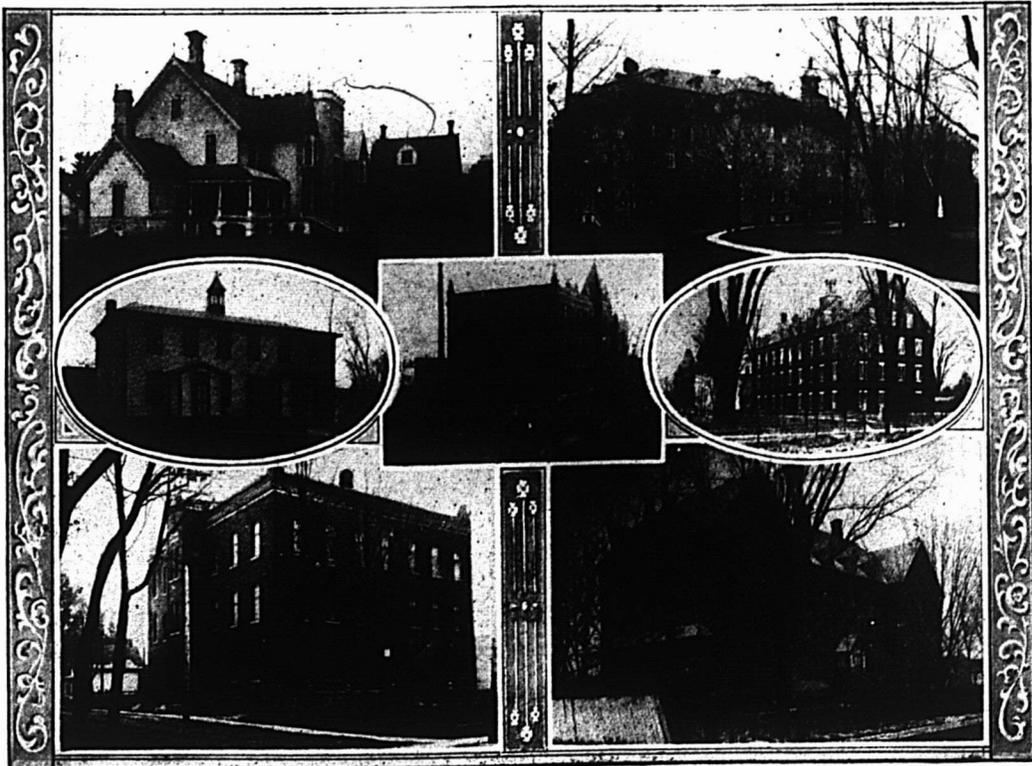
La Compagnie Langevin a sa place marquée parmi les plus importantes maisons d'affaires de Saint-Hyacinthe. Elle fut fondée en 1889 par M. H. Langevin qui fit à cette époque l'acquisition de la boulangerie de M. François Brodeur, en société avec son frère. Le feu ayant détruit leurs propriétés en 1903, ils les reconstruisirent en peu de temps et reprirent leur industrie première en y ajoutant la fabrication des biscuits. La compagnie Langevin & Frères subsista jusqu'en 1907, alors qu'elle fut dissoute pour faire place à l'organisation actuelle.

La compagnie produit quelque 2,000 pains par jour en plus d'une ligne générale de biscuits dont les "Cream Soda" et "Biscuits au Thé" sont des spécialités.

On trouve encore à St-Hyacinthe, dans le marché industriel, la Compagnie d'Embouteillage Idéale, la Buanderie J. Mathieu & Cie, la maison L.-G. Bédard, Gamache & Langelier, machinistes; The Eagle White-wear Co., Ltd.; The G. & C. Whitewear Co.; The Crescent Manufacturing Co. et la meunerie Rousseau, autant de maisons qui contribuent dans une large part au développement industriel de la ville.

THE DUHAMEL RATTAN FURNITURE CO., LIMITED.

Cette industrie fut établie à Granby en décembre 1908 par Monsieur J.-A. Duhamel. Le succès ne tarda pas à répondre à ses efforts et, en 1912, se trouvant



Académie Girouard.
 Patronage St Vincent de Paul.
 Ecole de la Providence.
 Académie Prince.
 Couvent de la Présentation,
 Couvent Lorette.
 Couvent St-Joseph.

Sixième Rapport Annuel des Opérations de la Compagnie d'Assurance Mutuelle du Commerce.

pour l'exercice terminé le 31 Décembre 1912.

ACTIF		RECETTES	
Argent en Banque	\$ 1,914.29	Primes d'entrée	\$ 9,001.74
Caisse (Argent en main)	30.35	Primes additionnelles	37.60
Ameublement de Bureau	\$1,142.82	Transports	74.95
Alloué pour détérioration 5%	57.22	Change, escompte et intérêt	622.99
Impression et Papeterie de Bureau	300.00	Répartition Courante	61,375.25
Déventures (déposées au Gouvernement)	12,339.39	Répartition Polices Annulées	3,978.89
Valeur des placements sur le marché dépassant la valeur dans le Grand Livre	660.61	Répartition Antérieure	1,295.60
Argent entre les mains des Agents	139.03	Reçu des Correspondants	3,806.68
Répartitions arriérées considérées bonnes	3,737.91		<u>\$80,193.70</u>
Intérêt accru	123.00	DEBOURSES	
Primes gagnées mais non réparties	31,069.98	Pertes de l'année précédente	\$ 1,575.00
ACTIF, non compris les billets de dépôt	\$ 51,400.16	Pertes de l'année	44,364.97
Capital en billets de dépôt non cotisés, déduction faite de l'item \$31,069.98 pour primes gagnées mais non réparties	495,824.20	Commission aux Agents	9,009.14
Total de l'ACTIF	<u>\$547,224.36</u>	Taxes et Licence, Inspection et Règlement de Sinistres	2,366.36
		Annonce, Impression et Papeterie, Audition	1,320.95
		Frais de Voyage	2,265.38
		Appointements (Personnel du Bureau et Indemnités des Dir.)	4,953.04
		Frais de Poste	629.89
		Loyer et Eclairage	348.25
		Frais Légaux	68.51
		Salaire payé aux agents voyageurs	3,115.83
		Emprunt remboursé	5,000.00
		Achat de Déventures de la Cité de Sorel, No 148	947.74
		Change, Escompte et Intérêt	856.63
		Réassurance	1,487.12
		Ameublement	40.83
		Surplus des RECETTES sur les DEBOURSES	1,844.06
			<u>\$80,193.70</u>
PASSIF			
Montant net des pertes en voie d'ajustement ..	\$ 2,500.00		
Répartitions payées d'avance	14.71		
Primes dues pour ré-assurance	3,865.46		
Total du PASSIF	\$ 6,380.17		
SURPLUS de l'ACTIF sur le PASSIF	540,844.19		
	<u>\$547,224.36</u>		

Etat Comparatif des dernières cinq années d'opérations de la Compagnie.

Finissant le 31 Décembre	1908	1909	1910	1911	1912
Recettes	\$ 14,001.15	\$ 33,131.23	\$ 42,689.81	\$ 59,463.00	\$ 80,193.70
Débourssés	13,886.05	32,967.59	36,239.80	57,298.64	78,349.64
Actif	129,592.67	287,894.95	378,371.33	478,511.84	547,224.36
Passif	2,871.11	13,316.43	9,584.69	7,996.71	6,380.17
Pertes contestées	Aucune	Aucune	Aucune	Aucune	Aucune
Assurance en force	1,142,850.00	2,535,745.00	3,567,135.00	4,686,795.00	5,482,705.00

DEPOT COMPLET AU GOUVERNEMENT DE QUEBEC.

trop à l'étroit pour pouvoir répondre aux nombreuses commandes, M. Duhamel céda aux offres que lui faisait la ville de St-Hyacinthe de s'établir chez elle. Il y fit construire un édifice en briques de trois étages d'une superficie de 4,000 pieds carrés. Au cours de la même année, M. Duhamel forma la compagnie The Duhamel Rattan Furniture Co., Ltd., dont il est le président et le directeur-gérant, avec M. J.-E. Isabelle comme secrétaire.

Au début, en octobre 1912, la compagnie n'employait que 16 ouvriers. Elle en emploie maintenant 36 à qui elle paye de \$1,200 à \$1,500 par mois. Et les affaires continuent à prendre de telles proportions que les directeurs de la Compagnie songent à agrandir les ateliers actuels.

E. T. SHOE CO.

La Compagnie E. T., marchands en gros et contracteurs en chaussures occupe à St-Hyacinthe un local qui lui permet de toujours tenir un assortiment complet. Ses voyageurs parcourent la province de Québec et une bonne partie d'Ontario. La E. T. Shoe Co. fait une spécialité de grosses chaussures rouges pour travailleurs et détient l'agence spéciale des claqués "Maltese-Cross" et des lignes "E.T.", comprenant toutes sortes de chaussures pour hommes, femmes et enfants. On trouvera un réel avantage à acheter de cette compagnie d'abord à cause des bas prix et ensuite à cause du grand choix de l'assortiment.

La Compagnie est sous l'habile direction de M. W. Girouard.

COMMERCE DE GROS ET DETAIL.

La ville de St-Hyacinthe étant le centre d'une contrée agricole très prospère, il était tout naturel qu'elle donnât un jour naissance à un grand nombre de magasins de gros et de détail.

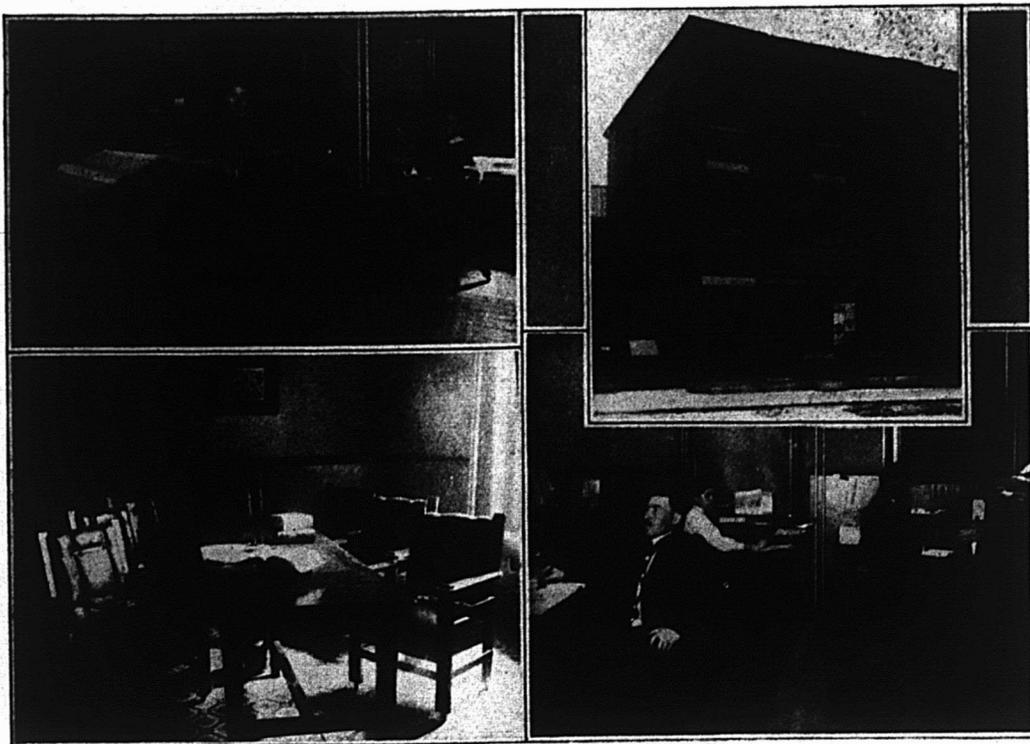
Ces magasins sont aujourd'hui de plain pied dans le mouvement moderne et font d'excellentes affaires. Détail intéressant qui comporte une non moins intéressante politique de l'administration du commerce dans la ville, c'est que, d'après des comparaisons établies, on découvre que généralement, et sur des articles identiques, les prix sont moins élevés que dans les grandes villes.

Parmi les principales maisons, citons celle de S. Bourgeois & Cie, quincaillerie en gros et détail; E. Boucher, quincaillerie en détail; J.-E. Lanoix, marchand de fourrures; Bissonnette & Brodeur, M.-O. David et P. Olesker, marchands-tailleurs; E. Lamarche, bijoutier et opticien, et une infinité d'autres intéressées dans différentes branches couvrant tout le système commercial d'une ville moderne.

LES ASSURANCES.

A St-Hyacinthe, les taux d'assurance sont relativement peu élevés, et les principales compagnies d'assurance-vie ou d'assurance-incendie y sont représentées. La Metropolitan Life est sous la direction de M. E.-L. Bernier et la Compagnie d'Assurance Mutuelle du Commerce, compagnie toute locale fondée en 1907, est dirigée par M. T.-A. St-Germain qui lui a donné depuis son établissement une grande impulsion.

M. Ed. Duckett y tient aussi un comptoir général d'assurance-vie, incendie, accidents, glaces, automobiles et marine, et jouit d'une clientèle très étendue.



Bureaux de La Compagnie d'Assurance Mutuelle de Commerce
Contre l'Incendie
M. J. A. St-Germain, Directeur-Gérant.

L. P. MORIN & FILS

ENTREPRENEURS MENUISIERS

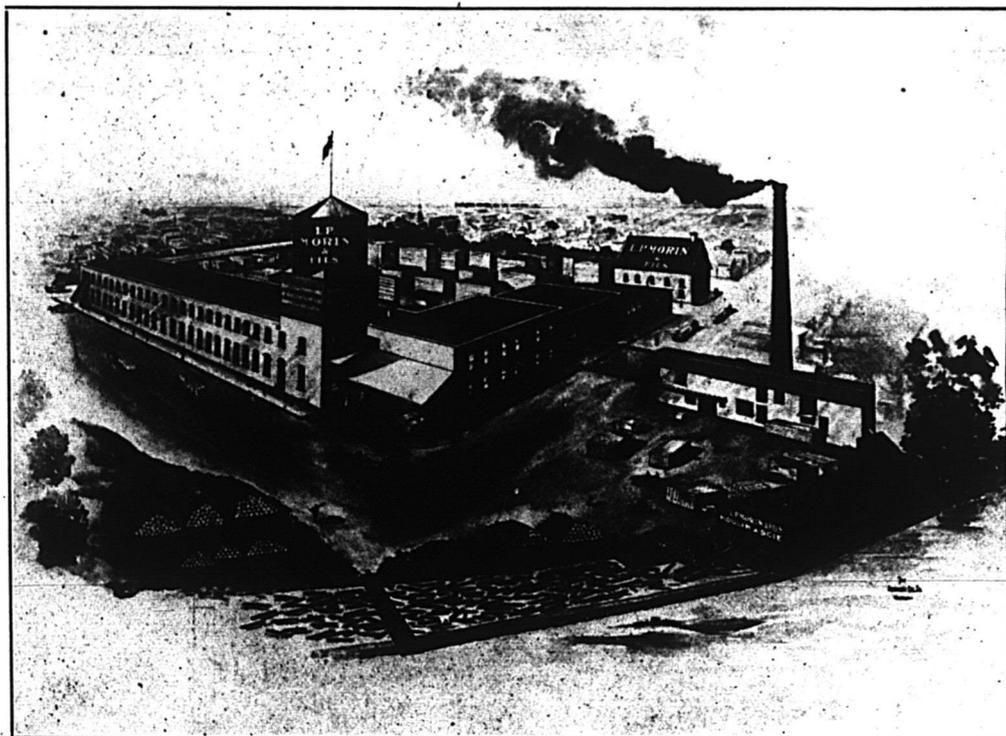
Manufacturiers de Portes, Châssis, Matériaux de Construction,
Ameublements d'Eglises et d'Ecoles, Boites d'Emballage,
Boites à Beurre, Etc.

Marchands de Bois Préparé et Brut, en Gros et en Détail

Préparation du bois en transit pour l'expédition.

Raccordement avec les chemins de fer : C. P. R., G. T. R., I, C. R. et Q. M. & S.

1
8
7
0



1
9
1
3

VUE À VOL D'OISEAU DE L'ÉTABLISSEMENT MORIN & FILS

La Maison L. P. Morin et Fils, fondée en 1870 par M. L.-P. Morin, est la plus ancienne du genre à Saint-Hyacinthe. Les débuts, quoique modestes, furent toutefois dirigés d'une manière énergique et habile, faisant de cette industrie ce qu'elle est aujourd'hui, après avoir passé des jours sombres en 1886 et 1904 alors que le feu réduisait en cendres tout le produit des efforts précédents. Profitant de l'expérience du passé, l'établissement actuel, reconstruit en 1904 avec une superficie de plancher de plus de 15,000 pieds, a été pourvu de tout l'outillage moderne nécessaire pour répondre aux commandes toujours de plus en plus considérables. Trois enclos d'une capacité de 6 millions de pieds servent à recevoir les bois qui, après y avoir séjourné durant quelques mois,

sont ensuite soumis au séchoir à la vapeur avant d'être livrés à la clientèle. Messieurs Morin & Fils ont à leur crédit la construction de presque tous les principaux édifices de Saint-Hyacinthe et d'une foule d'autres à l'étranger. C'est à eux que, la Corporation Episcopale de Saint-Hyacinthe avait confié les travaux considérables pour la restauration de la Cathédrale, ainsi que pour la construction de l'annexe au Séminaire, un édifice de 60 x 200 pieds à cinq étages. La présente administration est sous la surveillance de Messieurs L.-P. Morin et C.-A. Morin qui sont les deux associés sous la raison sociale de L.-P. Morin & Fils depuis janvier 1902, et leur principal établissement est situé entre les rues Saint-Hyacinthe, Saint-Antoine et Saint-Joseph.

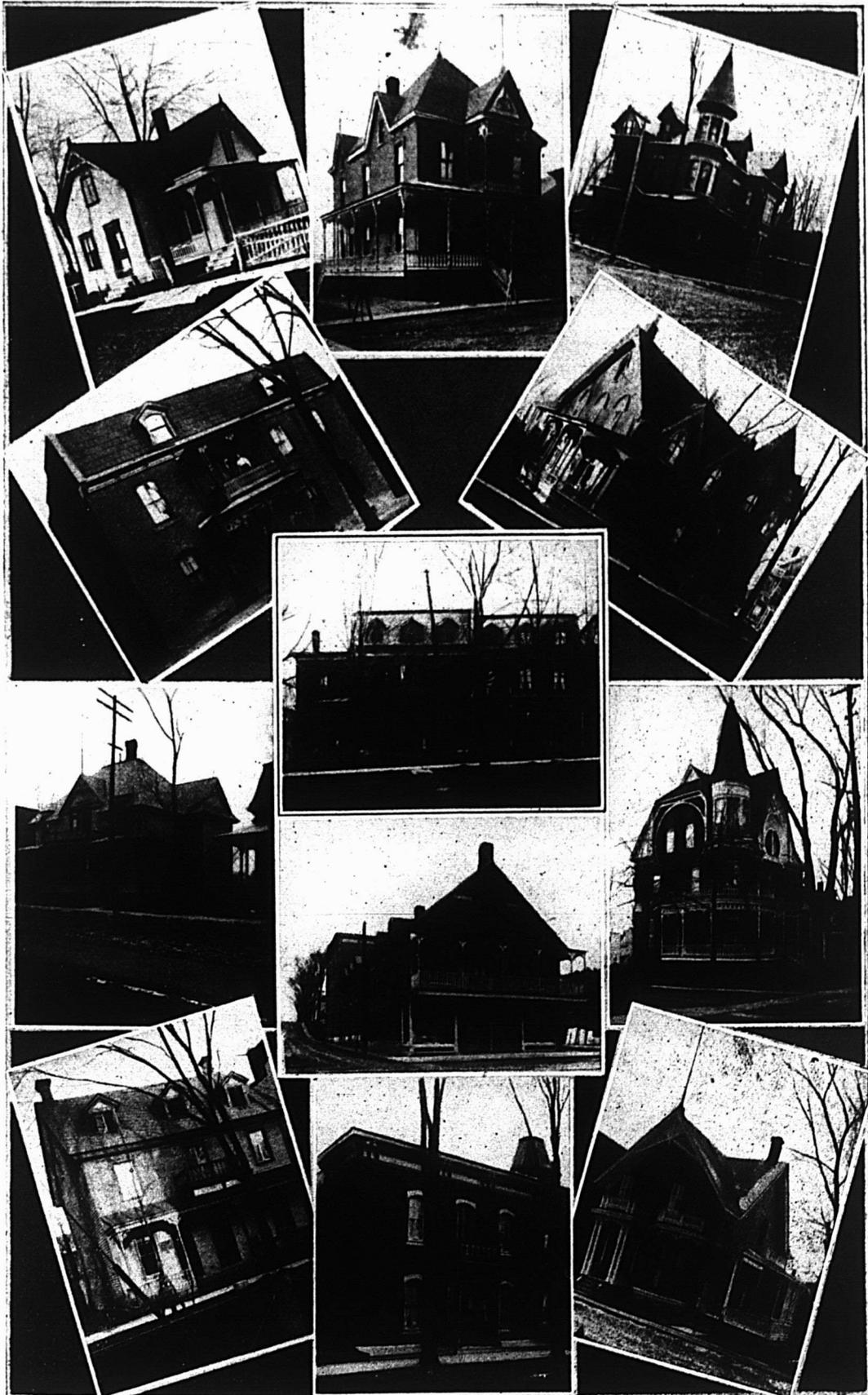
LES BANQUES.

Saint-Hyacinthe possède aujourd'hui un service de banque de tout premier ordre.

La Banque Canadienne du Commerce, la Banque d'Hochelaga, la Banque Nationale et la Banque de Montréal y ont chacune une succursale parfaitement aménagée et se partagent la clientèle commerciale et la clientèle épargniste de la ville et des environs.

APERÇU GENERAL.

La population de St-Hyacinthe fournit une classe ouvrière de tout premier ordre et la conserve facilement parce que le coût de la vie y est de beaucoup moindre que dans les plus grandes villes. D'autre part, les familles sont d'autant plus attachées à l'endroit qu'elles y sont presque toutes propriétaires d'un immeuble. L'impôt foncier sur la propriété immobi-



Un groupe des principales résidences privées à St-Hyacinthe.

L'ÉCOLE DE LAITERIE PROVINCIALE DE ST-HYACINTHE

Cette école a été ouverte au public le 27 novembre 1892 et le premier cours a été donné le 7 janvier 1893. Elle fut précédée de plusieurs écoles où l'on enseignait la fabrication du beurre et du fromage ; mais elle ne prit un caractère fixe qu'en cette année. L'école actuelle a été construite par le Gouvernement Provincial en 1906.

Elle reçoit annuellement 200 élèves environ, qui y viennent pour obtenir leur brevet et certificats comme experts essayeurs de lait, inspecteurs et fabricants de beurre et fromage, etc. — Soixante-huit inspecteurs de beurrieres et fromageries actuellement en fonctions ont obtenu leur brevet à cette institution.

LES OFFICIERS ACTUELS SONT :

Présidents Honoraires : } Hon. Martin Burrell.
 } Hon. Jos. Ed. Caron.
 } M. Chs. A. Gauvreau, M. P.

Président : J. H. Scott.

Vice-Président : J. E. Dion.

Directeurs : MM. Jos. Girard, M. P., St-Gédéon, Lac St-Jean ; N.-E. Clement, Trois-Rivières ; J.-P. Archambault, Laurentides ; Aug. Trudel, J. H. Crépeau, Jos. Emond, Thos. Ryan ; O.-E. Dallaire, Sec.-Trésorier.

ENSEIGNEMENT

Tout ce qui concerne directement la fabrication du Beurre et du Fromage. — Principes de Comptabilité. — Paiement du lait d'après sa valeur. — Epreuves du lait. — Acidimétrie. — Machines centrifuges. — Pasteurisation. — Homogénéisation pour la consommation du lait en nature. — Ferments. — Travail du beurre. — Empaquetage. — Installation des beurrieres, etc.

Epreuves du lait à la pression et au caillé. — Fabrication du fromage. — Maturation. — Empaquetage. — Installation des fromageries, etc.

Conduite et inspection des bouilloires et engins. — Travaux d'ajustage et de réparations.

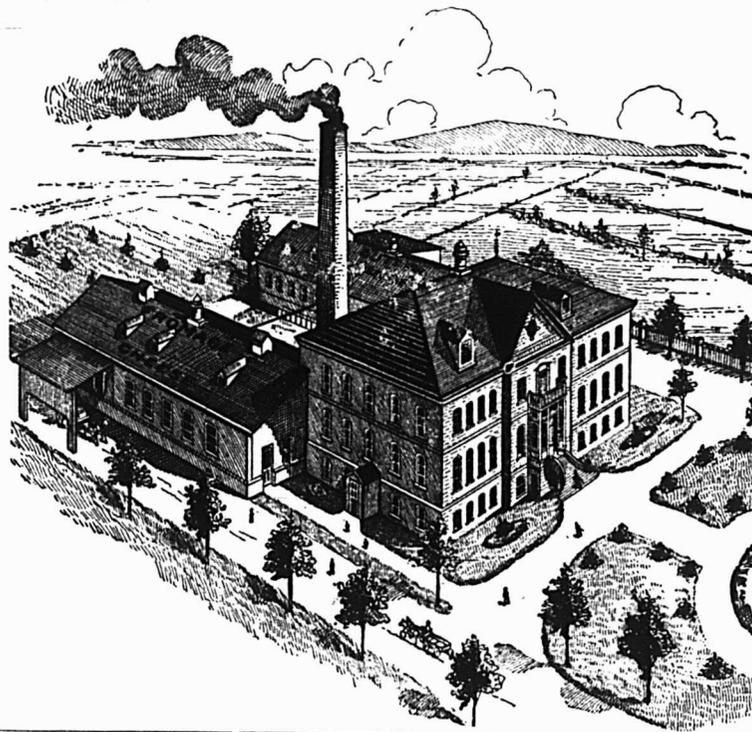
Rapports entre inspecteurs, propriétaires, fabricants, fournisseurs de lait et gérants de fabriques de beurre et de fromage, etc.

CONDITIONS GÉNÉRALES D'ADMISSION. — Être membre de la Société d'Industrie Laitière. — Savoir lire, écrire et compter couramment.

Les élèves auront dans l'école des salles d'étude et de travail à leur disposition ; mais ils devront se loger et prendre pension au dehors à leurs frais.

La direction de l'École ne peut, en aucune façon, assumer la responsabilité de la surveillance des jeunes élèves en dehors des heures de travail ou d'étude à l'école.

Chaque élève fabricant devra se pourvoir d'un uniforme blanc de travail (pantalon, blouse et casquette). On trouve cet uniforme chez les marchands de la ville au prix de \$1.50 à \$2.00



En se présentant au Secrétariat, chaque élève sera tenu de déposer une somme de deux piastres pour garantir le paiement de la casse des instruments de verrerie ou autre partie du mobilier.

Cette somme sera remise à l'élève à son départ si aucune réclamation n'est faite contre lui.

Tout élève doit souscrire une piastre pour être membre de la Société d'Industrie Laitière, ce qui lui donne droit à la réception du *Journal d'Agriculture*, du *Rapport Annuel de la Société*, et de diverses publications, durant son séjour à l'école.

Pour toutes informations, s'adresser à

O.-E. DALAIRE, Directeur de l'École de Laiterie,

ST-HYACINTHE, QUE.

lière n'est que de 75 cents par cent dollar d'évaluation, et l'impôt dit scolaire n'est que de 50 cents par cent dollar.

Cette dernière taxe qui rapporte annuellement environ \$15,000 suffit à payer toutes les dépenses des écoles publiques. Il y a toutefois exception dans le cas de l'école primaire protestante qui prélève une taxe supplémentaire sur chaque élève parce que la propriété des citoyens de religion protestante ne donne pas suffisamment pour subvenir aux dépenses d'administration.

Lorsque St-Hyacinthe obtint sa charte de ville, en 1850, le chiffre total de la propriété imposable atteignait à peine \$267,180 et celui de la propriété non-imposable était de \$36,400 environ. Aujourd'hui ces chiffres sont respectivement de \$3,099,400 et de \$3,173,100, c'est-à-dire qu'ils se sont décuplés.

Sous d'autres rapports, la ville a aussi fait de grands progrès depuis ce temps. Le marché établi en 1830 n'est plus reconnaissable tant il a été agrandi, amélioré, modernisé. Les rues sont macadamisées et bordées de trottoirs permanents construits selon les meilleures méthodes.

Il existe aujourd'hui un système d'aqueduc et un système d'égoûts irréprochables.

Saint-Hyacinthe possède un parc magnifique où, durant la belle saison, des concerts sont régulièrement donnés par la Société Philharmonique, une des plus puissantes organisations musicales de la province et dont les citoyens sont fiers à juste titre.

En plus du système d'aqueduc qui a coûté \$40,000 et d'une usine d'électricité, la ville possède aussi une force de police municipale et une brigade de pompiers très effectives dont les quartiers sont évalués à \$40,000.

La ville s'éclaire à ses propres usines depuis 1911. Jusque là l'éclairage lui était fourni par La Compagnie de Gaz, Électricité et Pouvoir, organisation formée en 1893 avec un capital de \$200,000.

Cette compagnie, qui fournit l'électricité aux habitations privées, la fournit aussi à l'industrie au taux de \$30 par H.P. annuellement et à 12c. par 1,000 heures kilowat pour l'éclairage.

La Compagnie de Téléphone Bell a établi dans la ville un service local et un autre de longue distance.

Dans l'édifice du marché, la ville possède deux vastes salles publiques; l'une affectée aux vues cinématographiques, l'autre aux concerts. Elle est dotée d'un vaste terrain de courses réputé l'un des plus beaux de la province, d'une salle d'exercices militaires, d'un assez grand nombre d'hôtels, de cafés et de pensions où l'on peut se loger à très bon marché.

La ville de St-Hyacinthe est propriétaire d'immeubles qui, en 1910, étaient évalués à \$309,072.40. La dette municipale n'étant que de \$453,218.14, l'excédent sur la valeur des immeubles n'est donc que de \$114,145.74.

En 1912, les recettes de la ville s'élevèrent à \$70,88.24. De ce montant, les dépenses d'administration ont pas été seules payées. Après avoir versé \$18,850

sur sa dette; réduit les obligations de \$6,214; payé \$3,800 de la dette flottante de \$30,000 et avoir avancé \$6,000 en boni aux nouvelles industries, la ville possède encore un assez fort montant dans son trésor.

On peut facilement déduire de cet exposé que la ville est dans une excellente situation financière et qu'elle est administrée avec sagesse.

Le gouvernement municipal de St-Hyacinthe se compose d'un maire et de dix échevins éligibles tous les deux ans, cinq échevins étant élus alternativement. Le conseil nomme son greffier, les chefs des services de l'hygiène, du feu et de la police, ainsi que tous les employés civils.

Le conseil actuel renferme des hommes qui, dans leurs différentes qualités, représentent le commerce, les professions libérales et le travail et qui donnent à la ville une administration honnête et progressiste.

Ce sont MM. Paul F. Payan, maire, et Ls. Payan, H. Marchessault, U. Jacques, Magloire Coté, E. Bourbeau, V. E. Fontaine, C.R., G. A. Charpentier, V. Dusault et P. Messier, échevins.

M. A. Messier agit comme greffier de la ville de St-Hyacinthe et M. Émile Chagnon comme trésorier.

L'inspecteur de la ville est M. P.-A. Foisy et M. Émile Marin préside la Cour du Recorder avec M. Armand Boisseau comme greffier et la vérification des états civiques est sous le contrôle de MM. J.-A. Casavant et Henri Champagne.

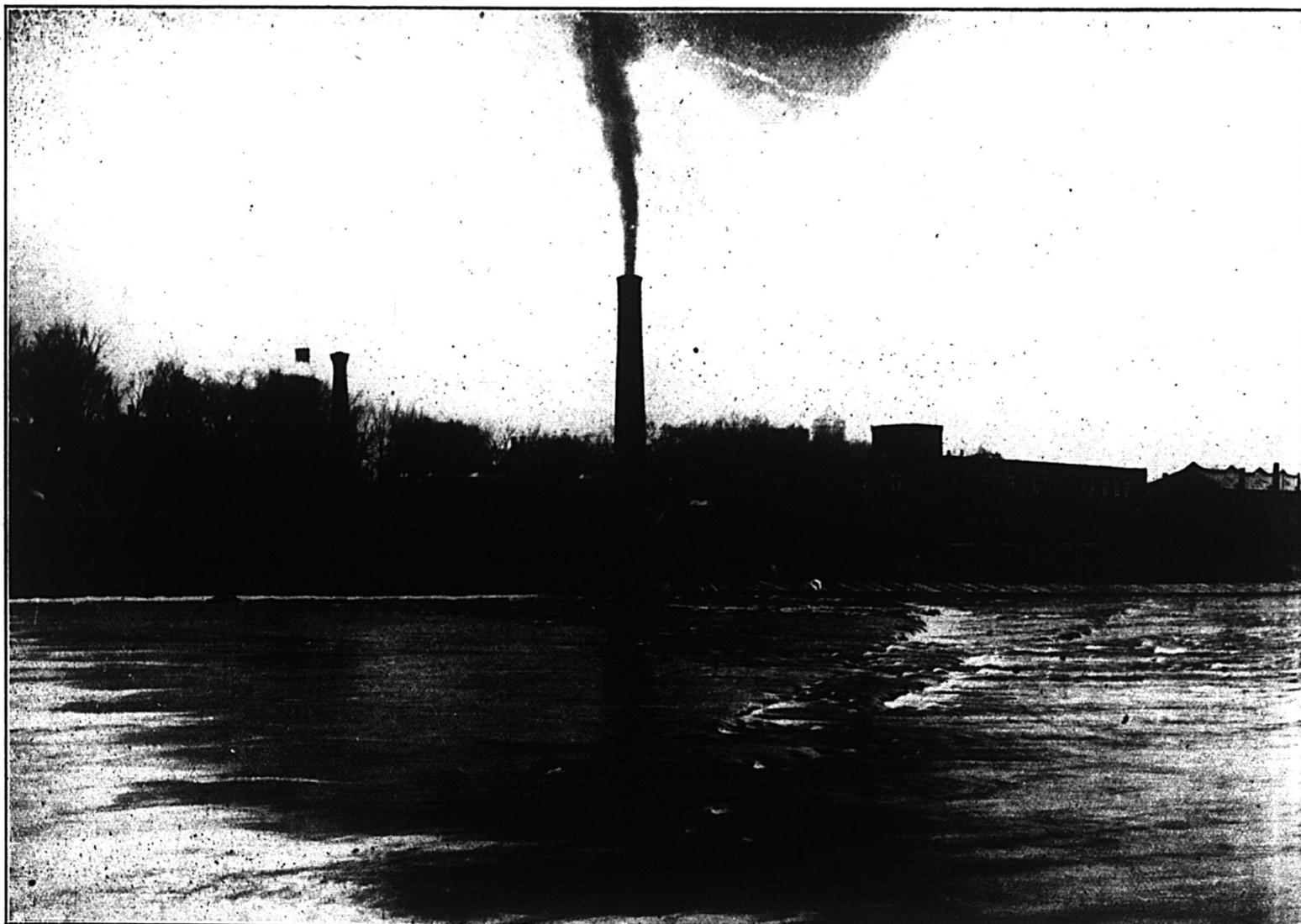
J.-N. LAPLANTE & CIE.

La maison J.-N. Laplante & Cie, 29 rue Laframboise, St-Hyacinthe, n'est pas précisément une nouvelle entreprise. Elle fut fondée il y a déjà quelque dix ans par M. J.-M. Palardy, marchand de grains et farines en gros. MM. J.-N. Laplante & Cie, qui ont succédé au fondateur, ont non seulement marché sur les traces de ce dernier, mais se sont efforcés de faire prospérer davantage l'établissement déjà assis sur d'excellentes bases. Leurs efforts ont été couronnés d'un succès tel, qu'aujourd'hui ils se voient forcés d'agrandir l'immeuble qu'ils occupent actuellement et qui est leur propriété. Leur établissement est situé à proximité du chemin de fer, ce qui leur a permis jusqu'ici de donner un service de tout premier ordre. MM. J.-N. Laplante & Cie sont les agents autorisés pour la vente des célèbres produits de la Lake of the Woods Milling Co., Ltd. Ils tiennent constamment en entrepôts les farines "Harvest Queen", "Five Roses" et "Jubilee", les grains et graines de semence, pois à cuire, moulées, son, gru, etc. Ils se font un plaisir de fournir des échantillons et tous renseignements quant aux prix et ils apportent les plus grands soins et promptitude à l'expédition des commandes.

Il va de soi que St-Hyacinthe n'a pu atteindre son développement actuel sans le secours d'hôtels convenables et pour les voyageurs de commerce et pour les touristes. On y trouve aujourd'hui les hôtels Ottawa et Canada donnant un excellent service et où la table d'hôte peut être égale mais non surpassée.

PENMANS LIMITED

Sous-Vêtements et Bonneterie



Les Usines de Penmans Limited à St-Hyacinthe

“Penmans Limited,” la principale industrie de Saint-Hyacinthe, est une succursale des plus grands manufacturiers de tricots du continent américain, sinon du monde entier. Comme la puissante compagnie possède dix grandes usines dans les provinces de Québec et d’Ontario, ses produits de la marque “Pen-Angle” sont favorablement connus d’un océan à l’autre. L’usine de Saint Hyacinthe a une superficie de 160,000 pieds carrés et couvre une étendue de terrain de cinq arpents. Elle donne de l’emploi à environ 600 personnes et paye en salaires \$250,000 annuellement. L’outillage se compose de 20 machines à carder, plus de 5,000 bobines, 60 métiers, une fabrique de tricot et une teinturerie, et les principaux produits sont les sous-vêtements, la bonneterie, les couvertures de laine, les mitaines, les flanelles, les vestons de laine et les feutres utilisés chez les fabricants de pulpe et de papier.

PROFESSIONS LIBERALES.

Au point de vue de la profession libérale, St-Hyacinthe est loin d'être dépourvue, car elle compte dans son sein des hommes d'une haute réputation et qui font honneur à la ville. Avocats, médecins, notaires, tous occupent un rang élevé dans leur collège respectif.

Avec ces grands avantages joints aux nombreuses industries qu'elle possède déjà, la ville est destinée à devenir le centre du développement de la province de Québec.

En terminant cette étude plutôt limitée de l'histoire de St-Hyacinthe, nous désirons offrir nos sincères félicitations à tous ceux qui, de près comme de loin, ont contribué dans quelque mesure que ce soit au développement de cette ville merveilleuse. Leur éner-

gie, leur initiative et leur force de caractère leur ont permis, dans un espace de temps relativement court, de faire d'une primitive concession seigneuriale l'une des plus belles villes dans l'une des plus belles provinces de notre beau Canada. Que leur travail serve d'exemple aux autres villes naissantes, aux villages, aux bourgs. Que toutes ces populations éparses dans notre province se donnent la main dans un effort bien déterminé; qu'elles déploient la même énergie et le même esprit de travail que celle de St-Hyacinthe n'a pas ménagés, et nous donnerons raison à celui qui, il n'y a pas longtemps encore, prédisait que le siècle présent serait celui du Canada comme le siècle dernier avait été celui des États-Unis. Pour cela, il faut marcher dans le sens du progrès, et l'exemple donné par la ville de St-Hyacinthe est un bon exemple à suivre.

Société d'Agriculture du Comté de Saint-Hyacinthe

La ville de St-Hyacinthe sera cette année le théâtre d'une exposition agricole qui, si on en juge par les préparatifs que fait la Société d'Agriculture ou comté, promet de reléguer dans l'ombre toutes celles qui l'auront précédés. Elle est d'ores et déjà fixée au 11 septembre prochain et elle sera présidée par MM. L.-J. Gauthier, M.P., et D.-T. Bouchard, M.P.P.

Tous les cultivateurs, producteurs et éleveurs du comté sont invités à y prendre part et les officiers de la Société, se basant sur le nombre des adhésions déjà reçues, sont assurés d'un succès sans précédent.

On tiendra conjointement une exposition de produits agricoles et domestiques et une exposition d'animaux, et la Société d'Agriculture a en conséquence

voté un budget plus considérable à être réparti en de nombreux prix de valeur entre les concurrents heureux.

Préalablement à cette exposition, des concours seront organisés dans les différentes branches, de sorte que les exposants auront autant d'occasions pour se préparer à faire bonne figure à la grande exposition.

Il y aura d'abord un "Concours des Champs", c'est-à-dire de récolte sur pied et qui aura lieu entre le premier et le quinze juillet pour chacune des onze paroisses du comté. Le programme de culture comporte: Blé, 4 prix; Orge, 4 prix; Avoine, 4 prix; Mil, 4 prix; Trèfle, 4 prix; Pâturages, 4 prix; Patates, 3 prix; Blé-d'Inde ensilage, 3 prix; Jardins, 5 prix.



Le Marché de St-Hyacinthe.

NATIONAL CANADIAN WHISKY

Distillé et embouteillé par

THE ST. HYACINTHE DISTILLERY COMPANY, LIMITED
SAINT-HYACINTHE, P.Q.

Distillateurs de Liqueurs Fines et de Whisky.

En vente chez tous les Meilleurs Marchands.



LE PAIN ET LES BISCUITS

— DE LA —

COMPAGNIE LANGEVIN

SONT LES MEILLEURS SUR LE MARCHÉ

La manufacture Langevin, manufacture plus de 80 sortes de biscuits. Elle n'emploie que les meilleurs ingrédients. Ses produits sont fabriqués avec la plus grande propreté et sont recherchés dans toute la province et au dehors.

Spécialité de Biscuits au 'Thé' et de 'Cream Soda' 'Village Supérieurs' et 'Biscuits au Riz'.

La boulangerie de la compagnie a une capacité quotidienne qui atteint les 2000 pains,

LA COMPAGNIE LANGEVIN

MANUFACTURIERS DE PAIN ET BISCUITS

Angle des rues St-Antoine et Piété,

ST-HYACINTHE

Les grains devront être nets et purs et les charbons et mauvaises herbes avoir été arrachés ou coupés.

Les champs de blé, orge, avoine, mil et trèfle devront avoir chacun au moins deux arpents de superficie. Les champs de patates et de blé-d'Inde, au moins un demi-arpent de superficie chacun. Les pâturages devront avoir au moins quinze arpents de superficie et avoir servi de pâturage depuis au moins le premier juin.

Chaque compétiteur ne pourra concourir qu'au prix de la paroisse où il demeure, et les entrées devront être faites chez le directeur ou le secrétaire le ou avant le 30 juin.

La Société tiendra dans le cours du mois d'août un concours d'avoine sur pied, comme celui organisé l'an dernier et qui sera jugé par des hommes compétents nommés par le ministère de l'Agriculture d'Ottawa.

Pour avoir droit de prendre part à ce concours, il suffit de payer un honoraire d'entrée qui est fixé à cinquante centins, mais les entrées devront être faites et signifiées au secrétaire de la Société d'Agriculture, à St-Hyacinthe, avant le 25 juin.

Le champ d'avoine devra avoir une superficie d'au moins trois arpents et le nombre de concurrents est limité à vingt-cinq. Ainsi donc aucune entrée ne sera reçue après l'inscription de la vingt-cinquième.

Ce concours est ouvert aux membres de la Société de toutes les paroisses du comté de St-Hyacinthe.

Cinq prix seront accordés, savoir: 1er prix, \$20; 2e prix, \$15; 3e prix, \$12; 4e, \$8; 5e, \$4. En outre de ces bourses, les honoraires perçus pour les entrées seront partagés également entre les concurrents heureux.

Un autre concours des plus intéressants est ou-

vert à tout jeune homme ou jeune fille, d'âge limité depuis 12 jusqu'à 18 ans, et dont le père est membre de la Société d'Agriculture. Les règles sont les suivantes:

L'exhibit doit consister en une gerbe d'avoine contenant un nombre suffisant de plantes pour former une gerbe compacte d'environ huit pouces de diamètre. Ces plantes doivent avoir été sélectionnées à la main dans la récolte sur pied et doivent montrer la pleine longueur de la paille sans les racines. Outre cette gerbe, il est exigé un gallon de grain battu provenant du même champ que les plantes.

Ce concours aura lieu le 11 septembre, lors de l'exposition. Comme on le voit par ce travail qu'elle se propose encore cette année, la Société d'Agriculture du Comté de St-Hyacinthe est une société modèle qui ne saurait jamais avoir trop d'imitatrices.

L'agriculture dans notre province, quoique pas tout à fait arriérée, n'a pas atteint le degré de perfection que l'on rencontre dans les provinces soeurs, surtout celles de l'Ouest. La faute n'est pas imputable ni aux gouvernements ni aux cultivateurs individuellement. Elle découle du manque d'organisation qui crée l'émulation. Si tous les comtés ruraux s'entendaient comme on s'entend dans celui de St-Hyacinthe pour former de ces sociétés de coopération directe, en tenant compte de la fertilité de notre sol et de la salubrité de notre climat nous serions ce que nous devrions être, les premiers du pays en matière d'agriculture.

Des concours organisés dans le sens de ceux dont il est question ici relativement à St-Hyacinthe, auraient du succès dans tous les autres comtés. Non seulement ils donneraient lieu à des démonstrations intéressantes, mais atteindraient le but véritable pour lequel ils ont été créés, celui de faire des artisans des champs des artistes dans leur sphère. Ils auraient en-



La Caserne des Pompiers à St-Hyacinthe.

LA BANQUE CANADIENNE DE COMMERCE

Capital Payé, \$15,000,000.

Réserve, \$12,500,000.

Avec plus de 370 Succursales et Agences par tout le Canada, et 4 aux Etats-Unis. Cette Banque est dans une position exceptionnelle pour la transaction générale des affaires de Banque.

DEPARTEMENT D'EPARGNE

Une attention spéciale est donnée aux affaires des Cultivateurs.

J. LAFRAMBOISE, Gérant local.

I. N. Laplante & Cie

Successeurs de J. M. PALARDY

Grains et Graines de Semences

Inspectés (Government Standard)

**FARINES, MOULEES, SON,
GRU, ETC., POIS CUISANTS.**

Propriétaires de Moulanges de Pierre et d'Acier. Nous faisons une spécialité de moudre les grains pour les cultivateurs.

Nous achetons les Grains de toutes espèces au plus haut prix du marché.

29 rue Laframboise, - ST-HYACINTHE

PHONE 120.

TEL. BELL, 116.

Morin & Boisseau

NOTAIRES

16 rue St-Denis, - St-Hyacinthe.

René Marin, B. C. L.
Armand Boisseau, U. L. B.
F. X. A. Boisseau, N. P.

E. T. SHOE Co.

Chaussures et Claques

En Gros.

CHAUSSURES E. T.

Claques "MALTESE CROSS".

Voyageurs par toute la Province.

ST-HYACINTHE, - P. Q.

core pour résultat de fixer davantage l'attachement de nos jeunes gens. Heureusement, très heureusement, depuis une couple d'années, on a remarqué une diminution dans l'exode vers les villes; mais il est encore trop large.

L'équilibre social est sur le point d'être bouleversé si l'on ne prend pas tout de suite et sans plus tarder le moyen d'empêcher ou plutôt d'enrayer le mal qui ronge notre chère province de Québec. Ce mal existe à sa phase aiguë sous forme de la dualité entre le jeune homme de la ville et le fils de province, le fils de cultivateur pour l'obtention d'une position quelconque.

On parle sans cesse du coût élevé de la vie sans jamais cependant faire un seul effort pour l'abaisser. Le remède est toujours simple quand le mal est à nu. Or, la raison de la cherté de l'existence est en ce que nous ne produisons pas assez pour les besoins de consommation. C'est pourquoi nos importations augmentent constamment, tandis que nos exportations ne répondent pas à la proportion. C'est pourquoi nous payons à l'étranger deux fois la valeur de ce que nous pourrions produire chez nous, si toutefois nous en avions le moyen. Ce moyen qui nous échappe, c'est la main-d'oeuvre aux champs. Nous manquons de bras à la ferme. Pourquoi? Parce que les jeunes gens

de la campagne ne sont pas éduqués selon leur rang. On cherche le plus possible à faire de nos fils de fermiers des avocats, des notaires, des médecins, en un mot des "messieurs" qui soient un jour capables d'être députés et au besoin ministres. Si on découvre qu'un enfant possède une intelligence au-dessus de la moyenne, tout de suite on l'envoie à la ville pour en faire un homme de profession, comme si l'intelligence était chose déplacée à la ferme. Si c'est ainsi qu'on traite le métier, il n'y a plus à s'étonner si nos campagnes sont désertées; car le fait de rester cultivateur constitue, dans cet ordre d'idées, un brevet d'imbécilité. Et c'est pourtant là un grand tort à redresser. Autant que tout autre, sinon plus, le fermier pour réussir doit être doué d'une intelligence supérieure, mais il faut aussi que son intelligence trouve des moyens de se développer d'une façon pratique. Elle a en plus besoin d'être stimulée. Or, le meilleur stimulant possible est renfermé dans l'oeuvre de la Société d'Agriculture du Comté de St-Hyacinthe. Cette oeuvre est belle, elle est grande, elle est noble. Non seulement elle mérite l'encouragement qu'elle reçoit des cultivateurs de St-Hyacinthe, mais elle mérite en plus d'être répandue dans toute la province de Québec et tout le pays. Elle nous donnerait plus et de meilleurs cultivateurs et nous aurions tout à y gagner.

Ecoliers, Commis. Apprentis, Jeunes Gens,

DEPOSEZ VOS EPARGNES A
La Banque d'Épargne
de la Cité et du District de Montréal.

FONDÉE EN 1846

DIRECTEURS :

J. Ald. Ouimet, Président. Hon. R. Mackay, Vice-Président. R. Bolton, G. N. Moncel, Robert Archer, Hon. R. Dandurand, Hon. C. J. Doherty, Sir Lomer Gouin, Dr. Donald Hingston, F. W. Moison.

ACTIF AU DELA DE - \$32,000,000

Nombre de Déposants, plus de 100,000

BUREAU-CHEF et Treize Succursales à Montréal

LA SEULE BANQUE incorporée en vertu de l'Acte des Banques d'Épargne, faisant affaires dans la Cité de Montréal. Sa charte (différente de celle de toutes les autres banques), donne TOUTE LA PROTECTION POSSIBLE à ses déposants.

ELLE A POUR BUT spécial de recevoir les Epargnes, quelques petites qu'elle soient, de veuves, orphelins, écoliers, commis, apprentis et des classes ouvrières industrielles et agricoles, et d'en faire UN PLACEMENT SUR.

INTÉRÊT alloué sur les dépôts au plus haut taux courant.

Nous vous réservons toujours l'accueil le plus courtois, que votre compte soit gros ou petit.

A. P. LESPERANCE, - Gérant.

DEMANDEZ une de nos petites banques à domicile, ceci vous facilitera l'épargne.

Louis Lussier, C. R.

Ernest Guimont, L.L. L.

LUSSIER & GUIMONT

Avocats et Procureurs

176 BOULEVARD GIROUARD - ST-HYACINTHE

Téléphone Bell : 243.

Casier Postal : 43. Adresse Télégraphique : LUGUI

Code Western Union

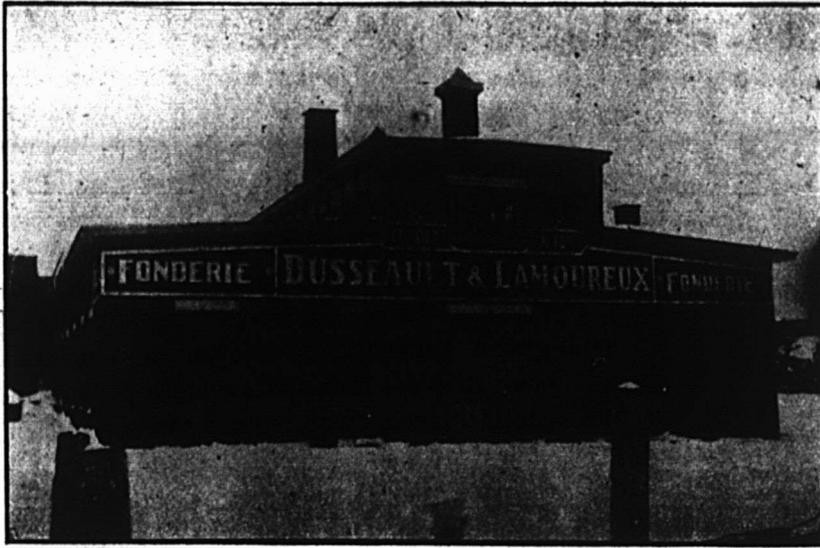
TELEPHONE BELL : { BUREAU : 31
RESIDENCE : 398

ED. DUCKETT

Comptoir Général d'Assurance

VIE, FEU, ACCIDENTS, GLACES,
AUTOMOBILES, MARINE.

ST-HYACINTHE, P. Q.



FONDERIE

Réparations de toutes sortes.

Spécialité de Vis pour Bâtisses, Accessoires pour Fours et Sucreries, Formes pour Chaussures, Crèches à Foin, Boîtes à Avoine, Etc., Etc.

2 ET 4 RUE ST-HYACINTHE,
ST-HYACINTHE, - P. Q.

MINISTÈRE DU TRAVAIL DU CANADA.

Les différends ouvriers pendant le mois d'avril.

Bien que le nombre réel des différends ouvriers pendant le mois d'avril ait été plus considérable que pendant le mois précédent et ait dépassé de douze celui du mois correspondant de l'an dernier, le nombre de jours de travail perdus par les employés n'a pas été aussi élevé que pendant le mois d'avril 1912. D'après la "Labor Gazette", les industries les plus affectées ont été celles des mines, de la construction et de la confection. Les différends qui s'étaient élevés parmi les mineurs de charbon et gisements métalliques en Colombie Anglaise n'ont pas encore été réglés; il en est de même de la grève des ouvriers employés dans les mines d'or de Porcupine.

Les plus graves différends dans les industries du bâtiment ont été celles des peintres, à Winnipeg, et de divers employés à Nelson, C.A.

Dans l'industrie du vêtement plus de 2,000 ouvriers de Hamilton ont été sans travail pendant près de deux semaines.

Les conditions des affaires ont été considérablement affectées à Montréal et à Toronto par les grèves, d'assez brève durée heureusement, des camionneurs. Bien que plus de 20 nouveaux différends se sont élevés en avril, il est consolant de constater que dans presque tous les cas le désaccord n'a pas duré longtemps; il s'agissait presque toujours d'une augmentation de salaire.

Le chiffre index du ministère du travail relativement aux prix de gros était en avril de 136.5 au lieu de 135.9 en mars et de 136.0 en avril 1912.

Les principales augmentations ont été celles des grains de l'Ouest, des animaux, des viandes, de la faïence, des peintures et des huiles. Il y a eu augmentation de prix pour les oeufs, le poisson frais, les fruits, les légumes, le coton, les balais et le caoutchouc brut. Les grains et le fourrage, les produits de laiterie, les fruits et les légumes étaient moins chers qu'il

y a un an, mais la plupart des autres produits étaient à un niveau plus élevé.

Dans le commerce en détail, il y a eu baisse générale des prix pour les oeufs et hausse pour les viandes, surtout pour la charcuterie. Le beurre, le lait et le fromage étaient aussi moins chers. Le prix du charbon a baissé pour l'été dans certaines localités. Les loyers sont bien plus élevés en plusieurs villes.

Amatite ROOFING

A SURFACE MINÉRALE—
N'A PAS BESOIN DE PEINTURE



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

Nous pouvons fabriquer mieux et meilleur marché Amatite que qui que ce soit en raison de nos facilités plus grandes et par suite nous le vendons à un prix étonnamment bas.

Le seul fait qu'il n'a pas besoin de peinture est suffisant pour qu'un homme soit amené à réfléchir et à en prendre note—surtout l'homme qui a dépensé de l'argent et perdu du temps à peindre et repeindre des toitures à surface lisse.

Ecrivez-nous aujourd'hui pour renseignements complémentaires.

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

LA BANQUE NATIONALE

Cinquante-troisième Rapport Annuel 1913.

Mercredi, le 21 mai, à 3 heures p.m., la cinquante-troisième assemblée annuelle des actionnaires de la Banque Nationale a eu lieu dans les bureaux de la banque.

Étaient présents: — M. Rodolphe Audette, l'hon. A. Chauveau, MM. Victor Chateaubert, Nazaire Fortier, J. B. Laliberté, Chas. Pettigrew, Thomas Breen, Lt.-Col. Chas. A. Chauveau, N. Arthur Drolet, Pierre Drapeau, Charles Grenier, N. P., Arthur L. Gariépy, Joseph Huard, Napoléon Lavoie, M. A. Labrecque, S. Jules Larue, N. P., J. Ernest L'Arrivée, N. P., J. I. Lavery, James McCone, J. B. Plamondon, Adjudant Rivard, Arthur E. Scott, Zotique Turgeon.

M. Rodolphe Audette fut appelé à présider l'assemblée et M. P. LaFrance fut prié d'agir comme secrétaire.

Avant de procéder à la lecture du rapport annuel, les messieurs dont les noms suivent furent élus scrutateurs, savoir: Charles Grenier, N. P., N. Arthur Drolet, S. Jules Larue, N. P.

Le Président donna alors lecture du rapport suivant: Messieurs:—

Vos Directeurs ont l'honneur de porter à votre connaissance le résultat des opérations de la banque pour l'année finissant le 30 avril 1913. Le Secrétaire vous donnera lecture du bilan.

Le compte des Profits et Pertes est comme suit:

La balance au crédit de Profits et Pertes, le 30 avril 1912	\$ 92,091.77
Les profits de l'année, après avoir pourvu pour les intérêts accrus sur dépôts, pour dettes mauvaises et douteuses, sont.. de	302,304.76
Formant la somme de	\$394,396.53
Qui a été appropriée comme suit:	
Dividendes trimestriels, au taux de 8% par année (soit 2% payable les 1er août, 2 novembre, 1er février et 2 mai)	\$160,000.00
Porté à Fonds de Pension	10,000.00
Porté à Fonds de Réserve	150,000.00
	\$320,000.00

Laissant au crédit du compte de Profits et Pertes une balance de \$74,396.53

Nous croyons que les actionnaires seront satisfaits de ce résultat (15 1/10% sur le capital), qui nous a permis, suivant nos prévisions, de commencer au mois d'août dernier à payer les dividendes sur la base de 8%, sans que cela affecte en rien l'augmentation de notre réserve.

Notre réserve, que nous avons augmenté de \$100,000.00 l'an dernier, a pu l'être, cette année, de \$150,000.00, partie avec les profits de l'année et partie en diminuant le compte de Profits et Pertes, qui reste cependant assez élevé à \$74,000.00.

Malgré les craintes de complications causées par la guerre des Balkans durant ces derniers mois et leur effet sur le placement des épargnes en France, notre succursale de Paris a progressé et montre pour l'année une augmentation d'environ 25%.

Au Canada, bien que la fièvre de la spéculation sur les terrains ait absorbé beaucoup d'argent provenant de l'épargne, nos dépôts se sont accrûs de près de \$2,000,000.00.

Les autres items du bilan n'offrent rien d'anormal demandant des explications.

Le Bureau de Direction aura, au cours de l'exercice qui commence, à étudier l'opportunité d'une augmentation du capital, que la circulation des billets de la banque rend né-

cessaire. Dans notre opinion, cette émission ne devra pas dépasser les besoins de cette circulation.

Nous avons cru devoir, au cours de l'année, fermer la succursale de La Tuque et la sous-agence de St-Cyrille-de-Wendover. Par contre, nous avons ouvert des succursales à Armagh, Hull, St-Félicien et St-Sauveur de Québec, et des sous-agences aux endroits suivants: Récancourt. Cap de la Madeleine, Contrecoeur, Henryville, L'Ange-Gardien (Co. Rouville), Maskinongé, Montébello, Napierville, Newport, St-Alban (ouvert un jour la semaine), St-Antoine (Co. Verchères), St-Augustin (Co. Portneuf), St-Cuthbert, St-Esprit, St-François (Co. Montmagny), St-Grégoire, St-Jean (Ile d'Orléans), Ste-Julie de Verchères, St-Paulin, St-Valérien, Ste-Victoire.

Nous étendons l'influence de la banque en donnant à nos campagnes les plus importantes les avantages des villes.

Au cours de l'année, toutes les succursales et sous-agences ont été soigneusement inspectées, et nos employés ont rempli leurs devoirs avec intelligence et à notre satisfaction.

Le tout humblement soumis,

R. AUDETTE,

Président.

Proposé par M. Rodolphe Audette, secondé par l'hon. Juge A. Chauveau:

Que le rapport du Bureau de Direction, ainsi que les états y annexés, qui viennent d'être lus, soient approuvés, publiés et imprimés pour l'usage des actionnaires.—Adopté.

On procéda ensuite à l'élection des Directeurs et les messieurs dont les noms suivent ayant obtenu le plus grand nombre de votes furent élus, savoir: M. Rodolphe Audette, l'hon. juge A. Chauveau, MM. Victor Chateaubert, Nap. Drouin, J. B. Laliberté, Naz. Fortier et Chas. Pettigrew.

Le Président laisse le fauteuil et M. J. Ern. L'Arrivée ayant été appelé à le remplacer, il est proposé par M. Zotique Turgeon, secondé par M. Joseph Huard:

Que les remerciements des actionnaires ici présents sont dus et offerts à M. R. Audette, pour les services qu'il a rendus à la présidence de cette assemblée, ainsi qu'à messieurs les Scrutateurs et M. le Secrétaire, dans l'exercice de leurs devoirs respectifs.—Adopté.

Proposé par Thomas Breen, secondé par James McCone:

Que des remerciements soient votés à M. le Président et à MM. les Directeurs pour les services rendus aux actionnaires durant l'année écoulée.

Cette motion est approuvée et l'assemblée s'ajourne.

R. AUDETTE,

Président.

R. LAFRANCE,

Secrétaire.

Québec, le 21 mai 1913.

A une assemblée des Directeurs, tenue le même jour, M. R. Audette a été réélu président et l'hon. Juge A. Chauveau, vice-président de la Banque pour l'année courante.

R. LAFRANCE,

Secrétaire.

BILAN

Au 30 Avril 1913

PASSIF

	1912	1913
Billets en circulation	\$ 1,905,527.00	\$ 1,938,622.00
Dépôts après avis	\$ 11,572,432.89	\$ 13,295,289.21
Dépôts payables à demande	3,415,962.18	3,418,850.95
Dépôts ailleurs qu'au Canada, payables à demande	827,293.36	1,005,735.34
	15,815,688.43	17,719,875.50
Dividendes non réclamés	573.48	1,077.23
Dividende payable le 2 mai	35,000.00	40,000.00
	35,573.48	41,077.23
Dû à d'autres banques au Canada	228,889.97	184,116.87
Dû à des agences de la banque dans le Royaume-Uni	14,850.52	307,550.54
Dû à des agences de la banque en pays étrangers	150,110.60	53,094.72
	393,851.09	544,762.13
Total du Passif envers le public	18,150,640.00	20,244,336.86
Capital versé	2,000,000.00	2,000,000.00
Fonds de Réserve	1,400,000.00	1,550,000.00
Rabais sur billets escomptés	55,000.00	55,000.00
Compte de Profits et Pertes	92,091.77	74,396.53
	3,547,091.77	3,679,396.53
	<u>\$21,697,731.77</u>	<u>\$23,923,733.39</u>

ACTIF

Espèces	\$ 210,078.73	\$ 161,790.53
Billets de la Puissance	1,232,624.25	870,826.50
	\$ 1,442,702.98	\$ 1,032,617.03
Billets d'autres banques et chèques sur d'autres banques	1,465,547.45	1,550,398.76
Dû par d'autres banques au Canada	60,124.70	119,804.77
Dû par des agences de la banque en pays étrangers	562,002.76	219,625.70
	2,087,674.91	1,889,829.23
Dépôt au Gouvernement de la Puissance en garantie des billets en circulations	100,000.00	100,000.00
Débiteures provinciales, municipales et autres	1,385,221.55	1,612,277.51
Prêts à demande sur actions et débiteures	2,667,561.67	3,016,828.18
	4,152,783.22	4,729,106.69
Total des Ressources immédiates	7,683,161.11	7,651,552.95
Prêts courants, escomptes et avances au public	13,167,859.68	15,392,746.28
Billets et effets de commerce escomptés en souffrance (pertes pourvues)	25,510.76	21,607.78
Immeubles appartenant à la banque (autres que les édifices de la banque)	88,651.01	61,171.84
Hypothèques sur immeubles vendus par la Banque	61,007.25	41,560.71
	13,343,028.70	15,577,086.61
Edifices de la banque, ameublement et papeterie	671,541.96	695,093.83
	<u>\$21,697,731.77</u>	<u>\$23,923,733.39</u>

N. LAVOIE,

Gérant Général.

LE PRIX FIXE DU MANUFACTURIER.

Est-ce une bonne ou une mauvaise méthode pour le manufacturier ou le producteur que de vendre sa marchandise à un prix fixe?

Le public en général en retire-t-il un avantage ou subit-il de ce fait un désavantage?

Est-ce qu'une semblable méthode détermine des transactions loyales ou est-ce le contraire?

Voilà quelques-unes des questions qu'ont à examiner aujourd'hui les manufacturiers de notre continent, les commerçants et les consommateurs.

Le "prix fixe" est devant la barre du public. De sa décision dépend l'avenir d'un système commercial si étendu que si on y touche à tort, tout l'ensemble de la vie commerciale sera ébranlé jusque dans ses bases. Sans tenir compte du plus ou moins de fondement des procès intentés par le gouvernement des États-Unis à certains manufacturiers, le principe du prix fixe du manufacturier est un principe qu'il faut considérer sérieusement. D'un autre côté, il est inutile de se faire illusion avec l'idée que le marchand détaillant est le seul homme d'affaires dont il faut considérer la situation. Il a ses droits et ses privilèges. Il a ses avantages et ses ennuis; ses aides et ses concurrents.

Il est inutile de hurler comme certains le font à propos de l'"injustice" et de l'"illégalité" du magasin à succursales multiples et de la maison qui fait des affaires par la poste. Car les deux sont absolument et entièrement légitimes et légaux: aussi parfaitement dans leur droit et aussi bien qualifiés pour exister et être protégés par la loi que n'importe quel fabricant, marchand en gros ou en détail. Un homme a autant le droit d'avoir deux magasins ou deux cents magasins qu'un seul; s'il se détermine à vendre ses marchandises par la poste au lieu de les vendre au comptoir, c'est son affaire, non celle d'autrui, tant qu'il fait des affaires en ne transgressant pas les stipulations de la loi.

Le maintien du prix fixe.

Le maintien du prix fixe qu'on a annoncé, maintien que le manufacturier doit surveiller même si son produit est vendu par un magasin à "succursales multiples" ou par une "maison faisant affaires par la poste", aura pour effet de diminuer beaucoup la friction et les difficultés entre ces diverses classes de commerçants et le petit détaillant.

Si les manufacturiers étaient dans une position telle qu'ils puissent assurer aux marchands détaillants que le prix de leur produit vendu par ces magasins ne sera pas moindre pour le public que celui qui est demandé par le détaillant, ils rendraient service à tous les gens qui sont intéressés à cette question.

C'est le montant relativement faible de réduction des prix qui cause maintenant tous les ennuis. Au lieu de mettre les choses au pis en abolissant le prix fixe, la vraie chose à faire est d'augmenter la facilité du manufacturier à maintenir le prix qu'il a annoncé. L'acheteur en gros est et sera probablement toujours capable d'acheter à un prix plus bas que le petit acheteur. Mais cela ne serait guère important, en tant que cela concerne le petit acheteur, s'il pouvait être sûr que les marchandises ainsi achetées ne seront pas revendues au consommateur à un prix inférieur à celui qu'il fixe lui-même. Et cela placerait à la fois le fabricant et l'acheteur en gros dans une position qui leur permettrait de fixer les prix pour les grandes quantités de marchandises suivant des bases qui pourraient probablement être établies de façon à donner plus de satisfaction aux deux parties.

En même temps cela mettrait absolument fin à toute friction entre le petit détaillant, les magasins à succursales multiples et les maisons faisant affaires par la poste.

D'un autre côté, détruire les moyens que possède en ce moment le manufacturier de maintenir les prix ne remédierait pas au mal présent — il ne ferait que le rendre un millier de fois pire, jusqu'à ce qu'à la fin les manufacturiers qui auraient pu parvenir à résister malgré cet état de choses, seront obligés de rétablir le principe pour assurer la continuation de leurs affaires et la déclaration d'un dividende sur le capital placé.

Ce n'est certainement pas à l'avantage d'aucun commerçant que les manufacturiers abandonnent les affaires, ou forment une organisation qui sera bien plus en butte aux critiques que la méthode équitable actuelle. Cependant, une réduction de prix inconsidérée ne peut amener que l'un des deux résultats suivants: ou les manufacturiers devront se retirer des affaires ou ils formeront une combinaison.

Pousser le produit hors du marché et détruire les moyens de le produire et de l'annoncer, c'est simplement "tuer la poule aux oeufs d'or". Les oeufs d'or aussi bien pour le détaillant que pour le manufacturier.

L'intérêt du consommateur passe avant tout.

Dans cette question du prix fixe, le consommateur est la première personne dont il faut s'occuper. Le consommateur est-il avantagé ou non par le prix fixe du manufacturier?

En discutant cette question, il faut bien se rappeler que les produits à prix fixe sont, presque sans exception, des produits annoncés.

Puisqu'il en est ainsi, il est évident que le prix, tel que fixé par le manufacturier, doit être bas pour que le manufacturier puisse tenir tête à ses concurrents et cependant assez haut pour assurer un assez bon bénéfice au fabricant et à l'agent vendeur. Du prix payé par le consommateur doivent venir tous les profits, les frais, etc., de matériaux, de fabrication et de vente.

Peu de manufacturiers — en dépit de certaines opinions émises — gagnent plus qu'un dividende raisonnable sur le montant d'argent qu'ils ont placé dans les affaires. Il est vrai que, somme toute, ce dividende représente une somme considérable d'argent. Mais ce total est considérable simplement parce qu'il provient d'un grand volume d'affaires. Bien des petits profits additionnés font une grosse somme, car un dollar est un dollar; et un très petit pourcentage de bénéfice sur chaque vente séparée peut donner dans le grand total, une somme qui paraîtrait énorme au petit détailleur. Et pour tant la marge de profit du détaillant et son pourcentage sont d'habitude bien plus considérables que ceux de n'importe quel manufacturier.

Comme question de fait, le prix fixe du manufacturier sert à maintenir le prix final du commerce de détail, qui est celui que le consommateur paie, beaucoup plus bas qu'il ne serait d'ordinaire.

Certains prétendent que le prix fixe ôte au détaillant l'occasion de réduire un prix plus que son concurrent et que par suite le consommateur perd le bénéfice et l'avantage qu'il retirerait sans cela d'une semblable réduction de prix.

Mais si quelqu'un peut prouver que finalement le consommateur est avantage par la réduction de prix, ce sera une chose absolument nouvelle dans le monde commercial.

La réduction de prix est également mauvaise pour le détaillant et le consommateur.

Toute "guerre" de prix est inévitablement suivie d'une réaction. Les taux des compagnies de chemins de fer ont été réduits autrefois d'une manière ruineuse et toujours il y a eu ensuite une période pendant laquelle le public voyageur payait ses billets plus cher et les expéditeurs avaient plus à payer aussi pour le transport des marchandises.

L'élimination de la réduction de prix et des guerres de prix est une chose dont les détailleurs du monde entier devraient être sincèrement reconnaissants. Et, en général, ils le sont.

La plupart des détaillants apprécient très bien l'avantage du prix fixe. Partout où le prix fixe du manufacturier a pu être maintenu, le consommateur en a invariablement bénéficié. Partout où il n'y a pas de prix fixe et annoncé, le consommateur a toujours eu à en souffrir.

L'exemple des pommes en caisses.

Prenons le cas des pommes en caisses, un article expédié par les jardiniers du Nord-Ouest.

Il n'y a pas de prix fixe pour les pommes. Le producteur reçoit, disons, un prix moyen de \$1.00 par boîte. Il faut ajouter à ce prix les taux des chemins de fer et les bénéfices des agents commissionnaires et quand la boîte arrive chez le détailleur, elle lui coûte environ \$2.50 ou \$3.00.

L'enquête établit que s'il n'y a pas de prix fixe et annoncé, un grand nombre de détaillants ajoutent de 100 à 150 pour cent de profit au prix original et vendent les pommes à un prix variant de \$6.00 à \$8.00 la boîte.

Un mouvement se dessine maintenant pour qu'on fixe et annonce le prix déterminé par le coût chez le producteur, l'expédition et les frais de vente. Quand ce plan sera mis à exécution les pommes de l'Ouest pourront être achetées à raison de \$3.00 la boîte au lieu de \$8.00 et tout le monde — même l'aveugle détaillant — gagnera plus d'argent, car la consommation des pommes sera bien plus forte en raison du prix moindre des dites pommes pour le consommateur.

On a constaté les mêmes résultats pour nombre d'autres articles.

Les produits alimentaires de tous genres, les vêtements et les autres nécessités de la vie quotidienne, ont baissé de prix pour le consommateur et leur vente est devenue stable et profitable grâce à l'établissement d'un prix fixe annoncé par les manufacturiers.

Pour la machinerie, les automobiles et les articles d'un genre analogue, il en est de même.

Si le manufacturier fixe trop haut son prix, il se trouve en butte à toute la concurrence que peut lui souhaiter le plus ardent antimonopoliste et son produit se trouve rejeté automatiquement à l'écart par un article semblable à meilleur marché.

Le prix des faux-cols.

Il fut un temps où l'on croyait qu'on devait payer un faux-col convenable 25c. Puis, quelqu'un fabriqua des faux-cols à 15c. Puis à 2 pour 25c. et le prix continua à baisser.

On découvrit bientôt que le prix de 10c. était probablement trop réduit pour que le fabricant fit un profit suffisant, mais qu'on pouvait produire un article réellement excellent à 12½c.

Il y a encore des faux-cols qu'on vend 25c. Certaines gens croient encore qu'il faut payer 25c. pour avoir un bon faux-col. Mais on vend un million de faux-cols à 2 pour 25c. contre un millier qui se vendent à 25c. Et le manufacturier qui a tenu le plus longtemps au prix de 25c. fabrique maintenant plus de faux-cols à 15c. qu'il n'en avait jamais fabriqué à 25c.

Le prix fixe et annoncé a abaissé le prix pour le consommateur à un niveau qui semble normal et légitime et le maintient là.

Pensez-vous qu'il serait possible à un manufacturier d'élever le prix des faux-cols au-dessus de ce niveau général établi? Quand un fabricant de produits alimentaires pour le déjeuner, manufacturant un article absolument bon, lui a donné sa marque, l'a empaqueté, en a fixé le prix à 10c. et l'a annoncé, le prix de tous les produits alimentaires, pour le déjeuner, de qualité égale, s'est fixé immédiatement à 10c.

Le prix de tous les produits de ce genre qui étaient sur le marché à 15c. et même plus haut a "dégringolé" et depuis il n'a jamais remonté. Le consommateur économise 10c. sur chaque faux-col et 5c. sur chaque paquet de produits alimentaires pour le déjeuner en raison du prix, fixe et annoncé par les manufacturiers, de ces produits.

Supposez que ce prix fixe ne soit pas maintenu et que tout dépende des caprices et fantaisies des détaillants. Il est douteux qu'il y aurait d'ici à quelque temps une telle réduction qui fasse paraître les prix moins élevés au consommateur. Mais à la fin, les anciennes conditions, qui prévalaient il y a des années, seraient rétablies; les guerres de prix auraient pour effet de créer et perpétuer un monopole puissant, tandis que les profits du détaillant disparaîtraient en un instant!

Une garantie pour la qualité.

Ce n'est que grâce à l'établissement d'un prix fixe et annoncé qu'il est possible pour le manufacturier de garantir sa qualité.

A moins qu'un manufacturier ne puisse suivre son produit jusqu'à la porte du consommateur, on ne peut pas s'attendre à ce qu'il consente à l'appuyer de sa garantie. Et à moins qu'il ne puisse et ne veuille le soutenir de sa réputation et de son passé d'homme d'affaires, la qualité générale du produit fabriqué par lui et ses concurrents sera inévitablement abaissée. Si, comme on le prétend, l'intérêt du manufacturier cesse d'exister absolument à l'instant où il livre son produit au marchand en gros ou en détail, alors on ne peut pas le tenir responsable du fait qu'il ne donne pas entièrement satisfaction aux demandes du consommateur. A ce propos on remarque d'étranges anomalies.

Le gouvernement américain exige que les compagnies de chemins de fer vendent leur produit — "service" et "transport" — à un taux fixe, publié. Les timbres-poste et certains autres articles doivent aussi être vendus à des prix fixes et bien connus. Et pourtant, au même moment, il cherche à détruire ce même principe qui protège le consommateur quand il s'applique à d'autres produits.

L'Échange de vues entre groupes d'employés d'une même maison.

Un nombre chaque jour de plus en plus grand de marchands détaillants reconnaissent la valeur de fréquentes assemblées, auxquelles certains groupes de leur personnel participent activement. Ils se rendent compte de l'enthousiasme et de l'esprit d'initiative qu'ils peuvent ainsi créer et répandre. Et nous ne doutons pas qu'à condition que les débats soient judicieusement dirigés, les assemblées des chefs de rayons d'une part et des vendeurs de l'autre, deviendront graduellement la règle plutôt que l'exception.

Cependant, des efforts de ce genre pour déterminer plus d'unanimité et de coopération parmi les employés manqueront de produire leur plein effet, si les membres du bureau de direction, les associés dirigeants ou les officiers de la corporation, ne reconnaissent pas la nécessité d'une unanimité du même genre d'idées. C'est parmi eux, avant tout, qu'il faudrait que l'harmonie et la coopération deviennent presque aussi parfaites qu'il est humainement possible.

Quand les chefs d'une maison de commerce suivent divers chemins ou quand un membre important du bureau de direction ne maintient que peu souvent les règlements qu'un autre a fait adopter, il s'en suit

naturellement un manque de décision et une perte d'activité sinon une friction parmi les employés d'ordre inférieur, ce qui produit plus ou moins de détermination du haut en bas de l'échelle.

Tout marchand qui étudie les rouages d'une maison de détail où l'on obtient des succès très remarquables constate cette unanimité d'idées et cette coopération entre les membres de leurs conseils de direction. Dans ces maisons le règlement qu'un des membres du bureau de direction a fait adopter est soutenu par ses associés et pratiquement sans qu'on prenne en considération le coût temporaire qui en peut résulter, car on se rend parfaitement compte que cette unité de vues des membres du bureau de direction est un des principes essentiels au progrès continu de la maison de commerce.

Un des facteurs qui tend le plus vigoureusement à déterminer des conditions idéales pour cette direction est la classification convenable des diverses sections du travail de magasin dont certains membres du bureau de direction prennent la charge. Cette répartition des services n'est jamais bien difficile à faire.

LES RAPPORTS AVEC LA CLIENTELE FEMININE

Il se fait une quantité énorme d'affaires avec les femmes ou à cause des femmes, et cependant la généralité des hommes ignore absolument la manière de traiter une affaire avec une femme. C'est une lacune dans leur éducation commerciale. La façon d'agir dépend, dans une large mesure, du milieu social auquel appartiennent les futures clientes; mais les indications suivantes peuvent être considérées à un point de vue général.

Soyez toujours scrupuleusement, méticuleusement poli avec les femmes. La lettre qui fait étalage d'une politesse un peu obséquieuse est celle qui les flatte le plus. Elles préfèrent aussi recevoir les lettres dans des enveloppes élégantes, écrites sur un papier riche, ayant un cachet mondain. Les femmes aiment la toilette; la papeterie, c'est la toilette de la lettre. Les hommes d'affaires, au contraire, préfèrent en général de la papeterie de bon goût, mais simple et ordinaire: ils sont enclins à se méfier de toute recherche d'élégance.

On doit toujours faire entrer quelques phrases d'hommages dans une lettre destinée à une femme, tandis qu'on doit exposer les faits très simplement et très clairement et se garder de toute argumentation. Les raisons, les explications, les arguments, cela n'est pas pour les femmes. Si cependant il y a lieu de fournir une explication, le mieux est de l'envelopper dans beaucoup de phrases de politesse et de lui donner en quelque sorte la forme d'excuses avec promesse que la chose ne se renouvellera pas.

Quand vous abordez, avec une femme, une question d'affaires, il convient de conclure le plus vite possible, de peur que votre interlocutrice ou correspondante ne change d'idée. Si elle répond "Non", il y a lieu, mettons une dizaine de jours après, de remettre la question sur le tapis, mais en la présentant sous un jour nouveau; on a alors des chances d'obtenir une décision favorable: le grand art consiste à représenter votre sujet sous un aspect totalement différent et avec une grande délicatesse de touche, de crainte d'ennuyer. Quantité de femmes prennent peur et se dérobent quand elles se voient obligées de prendre une décision. Soumettez-leur vos articles en indiquant les mérites de chacun, puis laissez-les croire qu'elles demeurent absolument libres d'agir à leur guise. Il est souvent utile de dire un mot en faveur du chemin que vous ne voulez pas leur voir suivre, de crainte qu'elles ne croient que vous avez une préférence marquée pour l'autre direction, car la méfiance les ferait alors se jeter à l'opposé.

Pour arriver à vendre à une femme, il faut du temps, beaucoup de temps. Ne vous imaginez pas qu'il suffit d'insinuer une idée et qu'elle fera des pro-

grès dans l'esprit de votre cliente pendant que vous vous occuperez d'autre chose.

Les grands magasins appliquent ces principes d'une façon admirable, et c'est là le secret de leur immense succès. Ne vous étonnez jamais si vous ne recevez pas de réponse d'une femme; elle s'attend invariablement à recevoir deux lettres de vous pour une qu'elle vous envoie.

Les trois quarts des affaires qui se traitent dans notre pays se font pour la femme, ou à son instigation, ou, d'une manière ou d'une autre, parce que "femme le veut", même quand elle n'apparaît ni dans la transaction, ni dans la coulisse. L'argent qui se dépense pour le ménage, l'habillement, la nourriture, passe en totalité par ses mains, et ce sont ses désirs qui détournent le courant dans telle ou telle direction. Si l'annonceur et l'employé à la correspondance pouvaient deviner ce qui peut influencer l'esprit féminin, ils obtiendraient, à coup sûr, des résultats dignes des plus grands efforts.

L'observation a démontré que la femme se laisse beaucoup guider par l'opinion du monde, par l'avis qui est "dans l'air". A la première réclame en faveur d'un article nouveau, la femme ne se précipitera point pour l'acheter. Elle préfère attendre et voir si quelqu'un donne l'exemple. Quand elle commence à croire que "cela fait fureur", alors elle aussi court grossir la foule, des acheteurs. N'est-ce pas exactement ce qui se passe pour les modes nouvelles? Prise individuellement, la femme cède facilement aux appels répétés. Mais la façon d'offrir vaut mieux que ce qu'on offre. On doit s'efforcer de faire valoir les côtés tentants de l'article; il faut déployer une certaine originalité, beaucoup de tact, et se garder de toute instance ennuyeuse.

La femme est tout particulièrement sensible aux petits cadeaux. La meilleure manière d'entrer en relations d'affaires avec une future cliente, c'est de lui offrir gratuitement un objet de peu de valeur qu'elle recevra contre envoi d'une simple carte postale ou qu'elle viendra chercher elle-même au magasin, le jour indiqué. Une fois dans ses bonnes grâces, vous l'amenez, pas à pas, à vous donner une commande. Enfin, quand on veut produire une impression sur une femme, il faut s'adresser à peu près exclusivement aux sens et aux émotions. La délicatesse des nuances, l'élégance des formes, des conseils en apparence désintéressés sur les moyens d'accroître son plaisir, son bien-être, ou celui de ses amis, voilà comment vous conduirez la femme à vous acheter vos marchandises, pourvu que vous fassiez preuve de persévérance et que vous n'ayez pas l'air pressé de vendre.

LA MANIERE D'ETABLIR LE PRIX COUTANT

Le "pourcentage de profit" que le commerçant détaillant ajoute au coût de la marchandise qu'il livre n'est pas si important que la question d'ajouter un bénéfice véritable. Ce n'est pas le pourcentage, mais la réalité de bénéfice qui compte à la fin.

Mais ce n'est pas là ouvrage de devin.

Pour que ses affaires lui soient profitables, il n'est pas nécessaire qu'un marchand connaisse quoi que ce soit à propos des pourcentages, s'il sait combien il lui coûte de centins pour vendre ce qui lui revient à un dollar et qu'à cette somme d'un dollar augmentée de ce nombre de centins, il lui faut ajouter des cents pour faire un profit net. C'est là la question essentielle pour le succès en affaires. Le colporteur de fruits dans les rues, le marchand qui vend des vêtements d'occasion, et du "décrochez-moi cela", ne savent pas pour combien figure dans leurs affaires le coût et quel est le profit. Mais chacun d'eux sait combien il a gagné de centins ou de dollars dans sa journée de travail.

Naturellement, si un marchand-détaillant a besoin d'être complètement systématique et exact, de façon à être en mesure de savoir à n'importe quel moment quelle spécialité et quelle section de cette spécialité donne des profits ou cause des pertes, il lui est nécessaire de posséder un système pour classer ses ventes; de cette façon il aura les pourcentages relatifs des coûts et des profits (ou des pertes). S'il est nécessaire de savoir si les huiles et les térébenthines rapportent un certain pourcentage de profit, les peintures un autre et les pinceaux encore un autre, alors il est impossible de s'empêcher de s'occuper des pourcentages.

Pour le marchand ordinaire de la campagne et pour les petits marchands des grandes villes, cette exactitude n'est pas absolument nécessaire pour faire des affaires avec succès, du moment que le marchand sait, d'une manière indubitable, qu'il gagne de l'argent.

Mais il n'y a pas moyen d'échapper à la tâche de tenir un compte exact du coût de la marchandise ainsi que des frais généraux. Ces choses-là ont besoin qu'on en prenne soin. Si le marchand n'en tient pas compte, ses chances de réaliser des profits nets sont bien minces. Si le détaillant ne fait pas entrer dans son compte de dépenses chaque article de frais et dans le compte de marchandises le coût de sa marchandise livrée ou gardée en stock, il n'arrivera jamais à être indépendant, à moins qu'il ne s'amende.

C'est une tâche difficile pour un marchand que de savoir le coût de la gérance de ses affaires. Si le coût de la marchandise vendue et livrée est de \$10,000 et si les frais de vente, pendant 6 mois, un an, ou toute autre période est de \$2,000, alors le coût de la gérance des affaires est de 20c. pour chaque dollar du coût

original. On peut l'exprimer par 20 p. c.

Si pendant 30 jours, dans des conditions normales, le marchand a vendu des marchandises qui lui coûtent \$1,500 et si ses dépenses de gérance des affaires ont été de \$300 en divisant les frais par le coût de la marchandise, il sait que le coût de la vente est de 20 centins à ajouter au dollar dépensé pour le stock vendu et pour celui qu'on emmagasine.

Cette formule est claire et simple. Il n'y a qu'à diviser le montant de sa dépense par le coût des marchandises vendues et on a le montant, en centins, à ajouter au coût en gros pour avoir le prix de vente.

Si on tient compte de tous les items de la dépense, et si le total des ventes est exacte, on peut facilement acquérir la preuve du coût de la marchandise, sans se servir des pourcentages. Du montant total des ventes soustrayez la dépense totale. Le reste, en dollars et centins, représente le coût de la marchandise livrée et le profit net. Soustrayez le montant connu du profit net de ce reste et le chiffre obtenu représentera exactement le coût de la livraison des marchandises, sans aucune erreur dans les calculs.

Le marchand peut, s'il le préfère, déterminer en centins ce que doit être son profit net sans avoir recours aux pourcentages.

En partant de la base ci-dessus, le marchand peut dire qu'un gallon de peinture lui coûte \$1.60 rendu dans son magasin (c'est-à-dire, en additionnant le montant de la facture et le fret). S'il a tenu un compte exact de sa dépense et si elle est comme ci-dessus, il lui en coûtera 0.20 fois \$1.60 ou 32c. pour vendre un gallon de peinture. De telle sorte que le coût réel du gallon de peinture est de \$1.92. Si le marchand calcule ses profits nets en pourcentage et dit qu'il veut gagner 10 p. c. net, il ajoutera 19 cents, et il aura gagné légèrement moins sur une vente de \$2.11 ou pour être précis, 0.2 p. c. de moins que le 10 p. c. désiré, ou que les 19.2 cents qu'il veut gagner.

Admettons qu'un pinceau coûte 40c. livré chez le marchand. Le coût de la vente, à raison de 20c. dans la piastre, est de 8c. Le coût total est de 48c., 20 p. c. est un profit raisonnable pour la vente des pinceaux, donc, en procédant par pourcentages, le bénéfice net sur un pinceau serait de 9.6. Mais il n'est pas absolument nécessaire de fixer ce chiffre. Le marchand dit: "Je devrais gagner dix centins sur cette transaction." Il inscrit: pinceau (prix de gros, 40c.; frais de vente, 8c.; profit net, 10c.), prix de vente 58c., et il le fait sans "avoir recours aux pourcentages" en quoi que ce soit.

C'est simple, facile et cela ne perd pas de temps.

L'ETAT DU COMMERCE.

Un certain nombre de nos marchands en gros sont maintenant moins optimistes au sujet de l'avenir immédiat du commerce qu'ils ne l'étaient il y a quelques semaines. On a reçu quelques commandes d'assortiment pour les tissus d'été, mais leur volume est moins considérable qu'on ne le prévoyait. En ce qui concerne les marchandises d'automne, les commis-voyageurs en tournée annoncent qu'ils ne font guère de bonne besogne et les paiements sont encore décevant. Le commerce de l'épicerie est calme, même dans les spécialités de premier plan, quoique le volume des affaires soit au moins égal à celui de l'an dernier. On dit que jusqu'à présent on est si loin de constater une insuffisance de tomates en boîtes et de maïs, qu'une maison de gros cherche à en liquider de fortes quantités. Dans le commerce de quincaillerie, le volume des affaires est satisfaisant, bien qu'un marchand en gros ait déclaré qu'il n'exécutait pas toutes les commandes qui lui parvenaient parce que le resserrement de l'argent dans l'intérieur du pays était semblable à celui qu'on constate en ville. Le commerce du cuir n'est pas encore sorti de sa torpeur passagère, mais comme les fabricants de chaussures reçoivent un assez fort montant de commandes pour l'automne, nos tanneurs peuvent s'attendre à une demande plus forte d'ici à peu de temps. Les manufacturiers de chaussures ont bénéficié de bon nombre de commandes d'assortiment tout dernièrement et les prix se sont maintenus fermes sur toute la ligne.

Les voyageurs sont maintenant partis en tournée et on s'attend avec confiance à un beau chiffre d'affaires en automne. Un de nos manufacturiers a reçu des commandes, pour livraison en juillet, directement de clients de l'Ouest, ce qui est plutôt inhabituel, car les clients dont il s'agit attendent en général l'arrivée des commis-voyageurs avec leurs échantillons, pour donner leurs commandes.

La construction est plus active que jamais, ce qui indique que nombre de gens ont pleine confiance dans l'avenir; cependant, cela indique qu'un capital important est immobilisé. Les matériaux de construction sont l'objet d'une bonne demande à des prix soutenus.

La demande d'argent.

La demande d'argent pour fins commerciales est plus prononcée que jamais et il en résulte que les taux sont fermes. L'argent remboursable à demande est soutenu à $6\frac{1}{2}$ p. c. dans les banques, mais l'argent prêté entre particuliers l'est de $6\frac{1}{2}$ à 7 p. c. Les effets de commerce ont été escomptés ces temps-ci de $6\frac{1}{2}$ à 7 p. c. L'argent à terme est coté à $6\frac{1}{2}$ p. c. Dans le commerce des valeurs immobilières, on a fait des prêts sur première hypothèque de 6 à 7 p. c.

UNE PROMENADE A TRAVERS LA MANUFACTURE DE FICELLE DE LA BRANTFORD CORDAGE CO., LIMITED.

En pénétrant dans l'entrepôt des matières brutes, nous trouvons d'abord un grand nombre d'ouvriers transportant la fibre des wagons jusqu'aux échelles, où un homme compétent pèse les gros ballots de fibre avec autant de soin qu'un épicier pèserait du thé ou du sucre; on attache ensuite une fiche, sur laquelle est inscrit le poids; à chaque ballot avant de les empiler par rangées jusqu'à une hauteur de 25 pieds, ce qui est nécessaire pour aménager de l'espace pour l'emmagasinage du grand stock qu'il est essentiel d'avoir à sa disposition pour fabriquer la ficelle de diverses marques.

Ici nous trouvons un certain nombre de puissantes machines, dont le "Brisoir". Le brisoir est muni de deux assemblages de lourdes chaînes, dont l'un va plus vite que l'autre et qui commencent à peigner la fibre; ce travail est poursuivi par plusieurs machines semblables à la première, chacune d'elles peignant de plus en plus fin la fibre jusqu'à ce qu'elle soit livrée aux "finisseurs"; là il est très intéressant de voir les employés plaçant les filets de fibre (qui est appelée sliver) dans de grandes boîtes, pour les livrer ensuite aux Fileurs.

Dans ce rayon la ficelle est filée et on veille avec grand soin à ce que les machines soient maintenues en parfait état de façon à ce que la ficelle manufacturée soit lisse et uniformément unie. C'est vraiment un beau spectacle que celui de ces centaines de machines placées par rangées, fonctionnant sans cesse, sauf quand on les arrête pour retirer les bobines. Ce fait que ces machines fonctionnent si régulièrement sans accident prouve la bonne qualité de la ficelle.

Nous passons ensuite au rayon de la Mise en ballots. Dans ce rayon les ouvriers prennent la ficelle qui a été retirée des bobines et la mettent en ballots. On met un soin extraordinaire à s'assurer que chaque ballot est composé de bonne ficelle, unie, lisse, et cette ficelle est inspectée avec soin avant d'être mise dans les sacs, semblables à ceux dont on se sert pour les grains. Une ouvrière place les ballots dans un conformateur de façon que la forme des sacs soit presque absolument la même.

Le rayon de l'inspection est aussi un des rayons les plus intéressants de la manufacture. Là on se sert pour inspecter la ficelle de divers dévidoirs, dont certains ont un diamètre de vingt pieds. L'inspecteur peut ainsi apercevoir les moindres imperfections. On vérifie aussi la longueur, la solidité et le nombre de tours au pied pour cette ficelle et un rapport complet est fait au bureau, chaque jour, en ce qui concerne les résultats des essais faits au rayon de l'inspection.

En ce moment la compagnie fait construire un nouvel entrepôt en briques, à cause de l'augmentation de sa production.

LES DEVANTURES

Avec la saison d'été arrive le moment où tous les marchands rivalisent d'ingéniosité pour attirer une clientèle qui, séduite par la gracieuse disposition de votre étalage, s'arrêtera puis entrera dans votre magasin pour y choisir ces mille et une choses d'un besoin de chaque jour durant la saison des toilettes.

Pour que votre devanture arrête le passant et retienne son attention, il faut veiller aux points suivants :

Lé trottoir sur lequel elle donne doit toujours être d'une parfaite propreté et jamais obstrué. Il devra être nettoyé tous les jours et souvent lorsqu'il fait mauvais temps.

N'encombrez pas le chemin qui y donne accès, de boîtes hétéroclites et de marchandises de toutes sortes, auxquelles le client n'apportera aucun attention et qui peuvent, au contraire, le détourner de votre magasin. Un tel étalage n'ajoutera absolument rien à votre réputation.

Faites en sorte que les vitrines de votre devanture et de vos portes soient toujours d'une propreté irréprochable et évitez que ce nettoyage se fasse pendant les heures de vente ; arrangez-vous pour le faire exécuter soit avant, soit après.

Que votre devanture se reconnaisse aisément des autres. Cela ne veut pas dire que vous devez la peindre de couleurs discordantes ou l'orner de dessins de mauvais goût, non ; employez des couleurs simples, de bonne qualité et que leur vernis soit toujours net et luisant. Le magasin doit sous ce rapport, offrir un aspect simple et de bon goût. De toute façon, ayez une devanture peinte avec goût, ce sera un élément de succès pour votre magasin.

Faites mettre votre nom bien en évidence, de façon que votre magasin soit facile à trouver ; que le numéro de la rue soit également bien en vue. Ces deux points, pourtant essentiels, sont très souvent négligés, surtout dans les petites villes. Naturellement, vous ne devez pas mettre votre nom sur votre vitrine avec des lettres gigantesques, pas plus que vous ne devez la couvrir d'une multitude d'inscriptions. Choisissez des caractères modestes, mais nets, pour l'indication de votre nom ; joignez-y, si vous voulez, une ou deux indications revêtues du même caractère de réserve.

La Vitrine.

Elle devra être aussi spacieuse que possible. Le plancher doit être parfaitement droit ou légèrement montant vers le fond. A l'heure actuelle les vitrines prennent toute la devanture du magasin.

Les étalages ne doivent être ni trop profonds, ni

trop hauts, le public ne regardant en général que les premiers plans et rarement ce qui est au-dessus de la tête. La vitrine devra être d'une seule pièce et toujours tenue en parfait état de propreté.

L'Installation.

Il y a certains articles qui ne réclament que peu d'installation, mais, quelle qu'en soit l'importance, il faut n'employer qu'un bon matériel qui puisse être facilement changé et disposé de façons différentes. Garnissez le plancher de votre vitrine d'un tapis de couleur unie, sans bariolages, ou posez-y un joli plancher qui sera par lui-même un ornement. Sur des chevalets ou des étagères s'harmonisant avec la couleur du plancher ou du tapis, suspendez ou déposez avec goût vos articles de meilleure qualité. Trop souvent, les effets heureux passent inaperçus à cause de la prédominance des lampes électriques ou des becs de gaz ; ce sont vos propres articles que vous désirez montrer et non ceux des compagnies d'éclairage.

En drapant gracieusement quelques jolies étoffes assorties au ton de votre tapis, vous formerez un paravent tout naturel où vous pouvez dissimuler la source de la clarté qui baigne votre vitrine. Si vous employez des lampes à gaz ou à pétrole, évitez qu'une lumière crue et fatigante blesse la vue du public, et pour cela, choisissez des abat-jour d'une tonalité sobre et qui descendent suffisamment pour cacher aux regards le point incandescent. Les articles en vitrine devront toujours être de première fraîcheur ; il sera donc nécessaire de les épousseter chaque jour, en remplaçant ceux qui sembleraient détériorés. Vous ne devez pas placer dans vos vitrines des affiches de théâtres et spectacles, ou autres annonces étrangères à votre commerce.

L'Étalage.

L'étalage pour aider et provoquer la vente doit, avant tout, frapper le public, le tirer de son indifférence et retenir son attention par sa nouveauté, l'intéresser vivement par son ingéniosité, et l'instruire en lui fournissant des indications concernant les articles proposés. Instruire et amuser est le but négatif de l'étalage. Ne perdez pas de vue que votre intention positive est de faire entrer le client chez vous et de lui vendre ; il faut donc que votre extérieur ait trait à ce que vous vendez à l'intérieur. Une branche d'arbre aux tons chauds et chatoyants, placée dans votre vitrine ne manquera pas d'attirer l'attention du passant, mais le bénéfice sera maigre pour vous si, dans

ce cadre attrayant et décoratif, vous n'avez pas disposé les articles que vous proposez aux acheteurs.

Ne garnissez pas votre vitrine d'un seul article comme des boîtes de peinture, par exemple, ou tel autre produit de ce genre; on s'arrêterait une fois devant votre étalage, jamais deux. Mettez divers articles en évidence, vous vous adressez à plus de besoins que si vous n'en exposiez qu'un seul.

En un mot, placez-vous au point de vue de l'acheteur, sortez vous-même de temps à autre sur le devant de votre porte et jetez un coup d'oeil sur votre vitrine; ces investigations répétées vous feront découvrir des manquements auxquels il vous sera aisé de remédier. Rendez-vous compte surtout de la façon dont les objets y sont présentés, et si cette disposition est susceptible de rappeler à chacun ce dont il peut avoir besoin. Imitez en cela les grands magasins qui ne ménagent rien pour faire des étalages somptueux devant lesquels le public s'extasie. Avantagez vos articles, n'en exposez pas de trop grosses quantités; le nombre d'articles en devanture ne doit nullement être un criterium du stock qui est à l'intérieur, soyez un véritable artiste et que votre vitrine soit le symbole de votre maison.

Si vous le pouvez, employez des étalages animés; cela frappe aussi bien la curiosité des grandes personnes que celle des enfants. Si vous avez l'électricité dans votre magasin, il vous sera aisé d'établir un étalage animé; un simple ventilateur électrique peut produire un effet qui sera remarqué.

Nous avons vu beaucoup de personnes s'arrêter récemment à la devanture d'un grand magasin: la cause de cette curiosité? Une simple automobile occupée par des mannequins-femmes ayant, autour de leur chapeau, des écharpes qu'un ventilateur agite frénétiquement, donnant l'illusion de l'auto en pleine vitesse.

C'est un détail de rien, mais dont l'effet est très heureux. Dans toutes les branches, il y a des centaines de rien semblables; il s'agit de faire un léger effort pour les découvrir. Un employé ingénieux peut quelquefois donner une idée intéressante et on aurait tort de négliger son avis.

MONTREAL BISCUIT CO.

La Montreal Biscuit Co., qui fabrique en notre ville des biscuits et des sucreries et dont une annonce spéciale paraît dans ce numéro, offre en ce moment nombre de spécialités nouvelles et attrayantes. Elle apporte un soin tout particulier à ses relations d'affaires dans la Province de Québec, ainsi qu'à ses expéditions dans toutes les régions du Canada.

Son usine de vastes dimensions commence déjà à être trop petite en raison du chiffre de ses affaires qui s'accroît rapidement et il faudra bientôt procéder à des agrandissements considérables. Elle a fait installer nombre de machines nouvelles, des plus mo-

dernes, au cours des derniers mois, pour fabriquer des spécialités attrayantes.

Elle accueille généreusement les marchands dans son usine; une visite à cette usine est toujours intéressante et instructive; tout marchand, séjournant quelque temps à Montréal, aura grand intérêt à la visiter et à voir comment sont fabriqués les articles de la compagnie. Celle-ci nous apprend que tous les marchands, en relations d'affaires ou non avec elle, sont les bienvenus dans son établissement.

La compagnie surveille avec grande attention le choix des ingrédients dont elle se sert; elle n'emploie que ceux de première qualité.

LE THE "SALADA".

On dit que pendant les deux dernières années l'augmentation de la quantité consommée de thé "Salada" s'est élevée à 2,314,026 livres, soit 200 chargements de wagons de thé.

Même après cette énorme augmentation, la vente du "Salada" a encore bénéficié d'une autre augmentation pendant les 14 premières semaines, cette année; cette augmentation s'est chiffrée par un peu plus du quart d'un million de livres, soit 21 chargements de wagons.

THE WM. CANE & SONS COMPANY, LIMITED.

Treize est généralement considéré par les gens superstitieux comme un nombre malchanceux, mais dans le cas de cette maison bien connue de manufacturiers d'articles en bois ce chiffre mal vu a déterminé le succès de leurs affaires actuelles; parmi tous les articles de tous genres en bois qu'ils fabriquent se trouvent 13 différentes sortes de planches à laver, depuis le minuscule "Pony", pour laver des dentelles délicates dans une cuvette de toilette, jusqu'au majestueux "Diamond King", qu'on déclare être la plus commode des planches à laver qui soient sur le marché; elle est fabriquée avec du verre anglais de toute première qualité, est pourvue d'un cadre en bois de choix, avec coins à écoulement et est bien polie et vernie. C'est, sans aucun doute, la "reine des planches à laver".

Six de ses sujets sont représentés dans une page entière d'annonce, en une autre partie de ce numéro, avec un résumé de leurs qualités, mais on trouvera une description complète des treize planches à laver, ainsi que des seaux, cuves, épingles à linge et autres articles en bois fabriqués par cette célèbre maison de Newmarket, Ont., dans un catalogue aux couleurs artistiques et très élégant (rédigé en langue française) et que la maison est prête à envoyer avec plaisir à tout marchand qui écrira à la compagnie et en fera la demande. Nous est-il permis de suggérer à nos lecteurs qu'en ce faisant ils seraient bien aimables de mentionner le nom de notre journal?

LES PETITES AFFAIRES SONT LES MEILLEURES

Notre prétention fera sourire certains hommes d'affaires qui ont réussi à développer un commerce considérable et qui dirigent aujourd'hui des maisons très importantes. Nous ne leur en voudrions pas de rire un peu sous cape, car nous sommes d'avance assurés qu'ils n'admettront jamais être des privilégiés formant l'exception qui confirme la règle. Disons pour les moins sceptiques que notre prétention est acceptée généralement parce qu'elle est née de l'expérience, une école que tout le monde ne peut pas se vanter avoir fréquentée. Il nous souvient d'un commis en nouveautés qui, il y a quelques années, après avoir accumulé quelques milliers de dollars, ouvrit un petit magasin de détail dans une petite ville voisine. Dès le début il fit de bonnes affaires. Il sut conduire son commerce d'une manière toute progressive quoique conservatrice. Il en surveillait lui-même tous les détails et ne se relâchait pas un seul instant de son activité. Après quelques années d'une prospérité toujours croissante, il décida de se retirer des affaires et vendit son commerce à un syndicat exploitant plusieurs magasins à cinq, dix et quinze cents. Il possédait alors quelque soixante mille dollars.

Il passa une année dans une oisiveté relative et, comme il possédait une grande énergie, il ne tarda pas à ressentir le besoin de se lancer de nouveau dans le commerce actif. Il se considérait comme un homme habile et, de fait, il l'avait prouvé. S'il avait réussi avec un petit magasin dans une petite ville, pourquoi n'aurait-il pas de succès avec un grand magasin dans une grande ville? Il ne lui vint aucune objection à l'esprit, partit pour la métropole et ouvrit un vrai magasin à rayons. Ce fut juste l'affaire de six mois et il dut remettre ses affaires aux mains de ses créanciers. Il sortit du commerce plus sage qu'il n'y était entré, mais après y avoir laissé tout l'argent qu'il y avait mis. Il savait conduire un petit magasin et y gagner de l'argent, mais il ne possédait pas l'habileté administrative pour pouvoir diriger une plus grande institution.

Revenu du choc qu'il avait reçu de son insuccès, il emprunta deux mille dollars à des amis qui lui avaient gardé leur confiance et il ouvrit un autre petit magasin dans la petite localité. Il connaissait son affaire et le succès couronna immédiatement ses efforts, si bien que, huit mois plus tard, il avait remboursé plus de la moitié de son emprunt.

Et ce n'est qu'un exemple choisi entre mille pour illustrer l'exactitude de ce que nous voulons démontrer par cet article, à savoir que, pour la majorité des gens, un petit commerce est plus profitable qu'un grand, même s'ils ont le capital requis pour faire de grandes affaires. La sagacité, la prudence, suffisamment de capital avec en plus l'esprit de progrès, feront le succès d'un homme dans un petit commerce; mais

pour conduire une entreprise qui demande un nombreux personnel, il faut avoir une grande facilité d'organisation, ce que comparativement peu d'hommes possèdent.

Un marchand qui réussit dans un petit magasin, mais qui faillit s'il essaie de grandir, celui-là manque d'habileté à diriger les autres. Ainsi, notre homme au magasin à rayons voulut tout faire lui-même. Il ne savait pas comment répartir le travail entre les autres. En essayant de faire tout, il le fit mal et aucun de ses assistants ne put rien faire qui valut la peine. Et c'est exactement pourquoi il fit faillite.

Prenez n'importe quelle ville comme exemple. La plupart des magasins sont petits, mais beaucoup de leurs propriétaires gagnent de l'argent. Les pharmaciens, quincailliers, confiseurs, épiciers, marchands de nouveautés, réussissent avec l'aide de deux ou trois employés. Tous les détails d'administration passent sous la direction immédiate du propriétaire. Il se rend compte de chaque vente et il sait si elle lui est profitable ou non. Il surveille la dépense de près et il travaille ferme physiquement et moralement. Chaque année, il enregistre un peu plus de progrès.

Mais mettez cet homme-là dans un grand magasin ou qu'il tente seulement d'agrandir le sien en y ajoutant plusieurs autres lignes d'articles et vous l'exposez à faire faillite.

Consultez les affaires du commerce d'une ville et vous constaterez que les petits marchands aidés de seulement deux ou trois commis font tout autant de profit que leurs concurrents géants.

Les dépenses mangent les profits des grands magasins à moins que ceux-ci soient exceptionnellement bien administrés. Durant les mortes saisons les grandes institutions sont généralement à perte, tandis que l'établissement conduit par progression réalise toujours quelque profit, même si le commerce est lent. Ce sont les dépenses excessives qui atteignent et affectent le gros commerce. Dans les petites maisons elles sont un facteur de moins dans les ennuis du directeur.

Les autres choses étant ainsi, la moyenne des hommes réussissent mieux dans le petit commerce que dans les grandes affaires. Sans doute, l'homme d'affaires doit avoir de l'ambition, car il n'existe de telle chose que la stagnation. Il faut ou progresser ou rétrograder. Mais que la progression soit modérée, l'expansion graduelle. Alors celui qui a fait un faux pas, une mauvaise démarche peut se reprendre. S'il a les capacités nécessaires aux grandes affaires, il y parviendra. En tout cas, il atteindra le degré de succès auquel son habileté lui donne droit, pourvu qu'il ne prête pas trop tôt l'oreille à la mouche de l'excès qui bourdonne sans cesse autour de lui.

UNE NOUVELLE METHODE DE VENTE

La réclame et le public! — faut-il vraiment une preuve des rapports qui existent entre les deux? La réclame avec ses proclamations et ses sollicitations: "Achetez là et là", "prenez ceci ou cela, c'est bon", "la marque X est la meilleure", bref, quelles que soient les tournures ou formes employées, n'est pas autre chose qu'un appel au public.

Pourquoi donc cet appel et pourquoi se produit-il avec une fréquence qui a crû de nos jours de façon si manifeste que notre époque a été déjà nommée le siècle de la réclame?

Pensons d'abord à ce qui se passe en matière de commerce et d'industrie. Comme phénomène de la vie économique, la réclame partage les destinées de cette dernière. Son développement devient clair, dès qu'on se représente l'évolution des procédés de vente ou, comme l'on peut dire aussi, des méthodes commerciales.

Il y a, en effet, dans le commerce, une nouvelle méthode de vente et une ancienne.

D'après l'ancienne, on se contente d'attendre la clientèle, tandis que, d'après la nouvelle, on cherche à l'attirer en allant au-devant d'elle.

D'après l'ancienne méthode, le producteur fabrique et le marchand vend ce que le public désire; avoir ce qui est demandé est alors le but de leurs efforts. D'après la nouvelle méthode, au contraire, on cherche à faire en sorte que soit désiré ce que l'on produit ou ce que l'on a à offrir.

S'il est ici question d'une ancienne et d'une nouvelle méthode, cela ne signifie pas qu'autrefois on n'ait connu que le premier procédé, lequel aujourd'hui aurait complètement disparu. Si accentuées ne sont pas les différences, et jadis il y a eu déjà des esprits très modernes, de même qu'aujourd'hui il y en a encore de très surannés. Cette mise en parallèle ne peut donc que caractériser le sens dans lequel se produit l'évolution, c'est-à-dire indiquer quelle manière de procéder l'emporte toujours davantage sur l'autre.

Pourquoi la nouvelle méthode gagne-t-elle ainsi du terrain?

Tout simplement parce qu'elle est la plus "progressive", la plus productive. Le fabricant d'outils qui produit ce qui convient au besoin habituel des artisans et cultivateurs et qui, en outre, livre des marchandises de bonne qualité, fait certainement beaucoup. Mais, celui qui fabrique des instruments tels que les travailleurs devraient les désirer et qui réussit à les implanter aux dépens des anciens instruments, moins bons, — celui qui, par exemple, vend un petit moteur à quelqu'un qui, de lui-même, n'aurait jamais songé à en installer un et à diminuer ainsi ses frais de production, — celui-là fait bien davantage.

Le principe consistant à attendre que les gens viennent d'eux-mêmes, pour leur offrir ensuite ce que déjà ils connaissent et demandent, est tout à fait contraire au progrès et laisse subsister en même temps préjugés et étroitesse d'esprit. Mais le principe qui tend à conquérir de nouveaux clients pour d'anciennes choses ou à créer de nouvelles choses pour d'anciens clients est un principe de progrès et de concurrence supérieure.

Supérieure, à différents points de vue. Supérieure, en ce qui concerne non seulement les individus, mais encore des peuples entiers. Economiquement parlant, il est certes précieux de fournir à un peuple étranger ce qui correspond au besoin habituel de celui-ci; mais il est bien préférable encore de provoquer l'intérêt et l'estime pour les spécialités du pays producteur, pour ce qui est propre à l'industrie ou à l'agriculture nationales, de sorte que l'on est en mesure de guider la production dans le sens de l'utilisation la plus complète possible des qualités et forces productives particulières au pays producteur.

Des deux caractéristiques de la méthode moderne de vente s'ensuit encore un troisième point, qui nous amène en plein sur le terrain de la réclame, et qui répond à la question: Comment provoquer la consommation et faire désirer les produits offerts?

C'est rarement que le fabricant se trouve en relations directes avec le consommateur; en règle générale, il y a entre les deux une plus ou moins longue série d'intermédiaires: exportateurs, marchands en gros, commissionnaires, détaillants et autres encore. D'après le nouveau système commercial, on ne se borne pas à gagner les personnes avec lesquelles on est soi-même en rapports, mais on se rend indépendant de la bonne volonté des intermédiaires en "travaillant" les personnes qui sont au bout extrême de la chaîne et qui décident en dernier ressort, nous voulons dire les véritables consommateurs. Pour la nombreuse catégorie, tous les jours plus importante, des "articles de marque", notamment, on voit sans peine comment le fabricant s'adresse aux consommateurs pour les intéresser à sa marchandise, — par conséquent à des personnes avec lesquelles lui-même n'aura probablement jamais à traiter de sa vie. Où la nouvelle et l'ancienne méthode s'accordent, c'est qu'il s'agit de faire coïncider la production avec le goût des acheteurs, mais chacune d'elles établit cette formule d'une façon diamétralement opposée à celle de l'autre. D'après l'ancienne méthode, c'est la production qui se conforme au goût du consommateur, tandis que la nouvelle cherche à subordonner le goût du public aux nécessités de la vente et aux capacités de la production; dans la pre-

mière, il suffit donc de s'informer du goût régnant, et, dans la seconde, on aspire à l'influencer.

La réclame n'est pas, il est vrai, le seul, mais elle est un des moyens les plus précieux dont on se serve pour mettre en action les nouvelles méthodes commerciales qui, au fond, aboutissent toutes à déterminer

dans le public une demande correspondante à l'offre.

Ne prolongez pas outre mesure vos ventes d'occasion. Placez-les au moment convenable dans la saison finissante, qu'elles constituent une transition bien nette et que l'ouverture de la saison suivante se fasse immédiatement après, avec un stock complètement renouvelé.

Une Bonne manière de tenir les Conserves en Magasin

Bien que les conserves soient devenues un agent important d'affaires pour tous les épiciers, il semble bien que peu de détaillants prennent pour cet article le soin qu'il réclame.

Sous prétexte que ces marchandises sont dans des boîtes scellées, on néglige leur entretien et on les place n'importe où dans le magasin.

Les coins les plus sombres des caves les plus humides leur sont généralement destinés. Les conserves sont parfois oubliées dans un magasin de débarras, sans qu'il en soit aucunement question et où elles demeurent des mois sans être visitées même sommairement. Plus tard, lorsqu'on les extrait de leurs cachettes, les boîtes sont, le plus souvent, couvertes de rouille, quelques-unes même sont crevées, le contenu se trouve déprécié par l'extérieur et alors le détaillant s'empresse d'écrire une longue lettre à son fournisseur, fulminant contre les conditions défectueuses de telles marchandises et en imputant la faute aux préparateurs. Si les épiciers, une fois pour toutes, se mettaient bien dans la tête que les conserves ne sont pas des produits à négliger et à maltraiter comme du bois ou du charbon, ils auraient beaucoup moins de sujets de plaintes.

Le fer-blanc est presque universellement employé, tant pour les conserves que pour tous ustensiles de cuisine, et nul n'ignore que tout ce qui est en fer-blanc est susceptible d'être rouillé très aisément, surtout à l'humidité, et c'est là un grave sujet d'ennui pour les conserves quand on ne sait s'y prendre de manière à éviter cet inconvénient.

La circulation d'air est nécessaire.

L'endroit idéal pour emmagasiner les conserves est celui qui jouit d'une température sèche et égale de 40 à 50 degrés F. et profitant d'une libre circulation d'air.

Les boîtes ne doivent pas être empilées le long des murs, de même qu'elles ne doivent pas être posées directement par terre, de façon à ce que leur position permette à l'air de circuler autour et au travers.

Les boîtes devront être empilées, couchées sur le côté, de manière que, si une boîte crève, le contenu puisse s'échapper, ce qui est préférable et ne nuit pas aux boîtes voisines.

Les conserves, ainsi rangées, devront être l'objet de visites fréquentes, et si l'une ou l'autre des boîtes

semble en mauvais état, il faudra la séparer des autres sans tarder.

L'effet de la gelée.

On a souvent posé cette question: "La gelée détériore-t-elle les conserves?" En ce qui concerne la valeur du produit contenu dans les boîtes, on peut répondre catégoriquement: "Non," mais cependant les conserves ne devraient pas être exposées à la gelée, nous allons en donner la raison. Pour être franc, on doit dire que les produits conservés, tels que le blé, les pois et les fèves, perdent un peu de leur saveur sous l'influence de la gelée, mais cette différence, bien qu'indéniable, est difficilement appréciable, même pour un expert, tellement elle est minime. D'autre part, on peut dire que le goût des fruits conservés ne subit pas cet effet de la gelée. Beaucoup d'expériences ont été tentées dans ce sens, spécialement avec des tomates, et la dépréciation occasionnée par la gelée fut difficile à évaluer, parce qu'elle était pour ainsi dire nulle. Ce qui nous engage à prévenir les épiciers contre les ennuis que les gelées pourraient leur faire avoir du fait de leur action sur les conserves, réside dans ce point particulier qu'en dégelant, les boîtes se recouvrent d'eau ou de buée, et le fer-blanc dont elles sont composées rouille rapidement, abîmant l'aspect de la boîte et souillant l'étiquette. Si, immédiatement après le dégel, on ne passe pas un examen sérieux des conserves, la rouille ronge en peu de temps le métal et permet à l'air d'entrer, les produits sont alors perdus.

Lorsque les conserves sont gelées.

Il est bon de rappeler aussi que, lorsque les conserves gèlent, la boîte se boursouffle, mais, dès que le dégel se fait sentir, les fonds de la boîte se brisent.

Si les conditions de magasinage ne permettent pas d'éviter l'action de la gelée sur les conserves, il est préférable de garder les boîtes gelées, plutôt que de faire fondre la glace qui les revêt et laisser le froid agir à nouveau, car, à chaque dégel, ce sera un risque de rouille que vous ferez courir à vos boîtes.

Si les conserves ainsi exposées aux rigueurs de l'hiver ne sont pas destinées à être utilisées avant le printemps, il faudra, en les soumettant à une température plus clémente, s'assurer que les boîtes pourront s'y sécher rapidement, sans quoi vous auriez de graves désagréments.

Remarquez bien que les manufacturiers de conserves ne sont pas gens à esquiver une responsabilité, ils tiennent trop à la renommée de leur étiquette et ils sont prêts à réparer tout dommage qui proviendrait d'une défectueuse préparation. Lorsque les épiciers s'aperçoivent du mauvais état d'un envoi, ils doivent en chercher la cause et la signaler au fabricant, dans l'intérêt de tout le monde.

La cause des fuites.

Le bombage de la boîte et le coulage sont dus, le plus souvent, à une mauvaise opération de mise en boîte ou à une erreur de temps dans l'opération. Lorsque l'air pénètre dans une boîte, le contenu se gâte tout de suite comme se gâteraient des aliments laissés à l'air libre dans un plat découvert.

Ne vous figurez jamais que le préparateur a déposé dans la boîte des produits gâtés. Non, cette pensée est fautive. Les produits mis en boîtes au Canada sont réservés dès longtemps aux usines et préparés dès leur arrivée à la manufacture. C'est dire qu'ils sont de qualité et de première fraîcheur. Dans les grandes usines, tout se fait à la machine et toutes précautions sont prises pour que le travail s'effectue dans des conditions de propreté parfaite.

Les fruits et légumes sont stérilisés, c'est-à-dire qu'ils sont soumis à l'action de la chaleur à une température qui détruit toutes bactéries. Nul aliment ne saurait, en conséquence, être plus sûr et plus sain.

Et, à ce propos, nous engageons vivement les épiciers à faire une campagne d'éducation parmi le public pour faire disparaître les appréhensions qui s'élèvent, à tort, contre les conserves; celles-ci sont devenues un élément important de leurs affaires, il y va donc de leur intérêt d'instruire le consommateur sur ce sujet et de lui faire comprendre que de tels aliments sont de premier choix et d'une santé parfaite.

Nous croyons bon de rappeler aux épiciers qu'en général les conserves canadiennes sont garanties contre les fuites et bombages, si ces défauts sont dus à la préparation, et pendant six mois à dater du départ de la livraison de l'usine.

Les manufacturiers ne garantissent pas contre la rouille. Mais il ne faut pas oublier que la rouille de la boîte, si elle n'a transpercé le métal, ne nuit pas au contenu. Les boîtes rouillées peuvent être nettoyées convenablement et renvoyées à l'usine pour un nouvel étiquetage.

Les fuites et les enflures doivent être signalées et soumises à l'inspection du fabricant ou de son représentant. C'est votre droit de réclamer le remplacement des boîtes défectueuses. De toutes façons, examinez soigneusement vos conserves à la réception et accordez-leur quelques minutes d'attention au moins une fois par mois; cette pratique vous sera profitable.

NOUVELLES CHARTES.

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

"The Brockton Shoe Company, Ltd.", pour acheter et acquérir toutes les propriétés et tout l'actif de la Brockton Shoe Company. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.

"The St-Johns and St. Lawrence Company, Ltd.", pour faire le commerce général de transport (sauf par chemin de fer) par vapeur, électricité, gazoline ou force motrice quelconque. Capital-actions, \$20,000, à St-Jean.

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

"Grand Boulevard, Limitée," pour acquérir, posséder, vendre, transférer, échanger, louer ou détenir autrement des propriétés immobilières et pour faire des affaires sur les immeubles d'une façon générale. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.

"British Canadian Bond Corporation, Limited," pour souscrire, pour acheter ou acquérir et détenir, etc., des obligations, débetures, actions et autres valeurs de gouvernement. Capital-actions, \$1,000,000, à Montréal.

"Les Galeries Parisiennes, Limitée," pour tenir des bazars, vendre de la confiserie, donner des déjeuners sur le comptoir, exercer le métier de coiffeurs, vendre des photographies, des figurines en cire, etc. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.

"S. B. Foote Company, Ltd.", pour exercer le métier d'imprimeurs, d'agents de publicité, etc. Capital-actions, \$100,000, à Montréal.

"La Compagnie Pont Viau, Limitée," pour faire le métier d'agents d'immeubles dans toutes ses branches. Capital-actions, \$100,000, à Montréal.

"Richard Sheet Metal Specialties, Limited," pour faire des affaires comme manufacturiers de fer, d'acier, etc. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.

"Helleur, Gariépy & Broderick, Ltd.", pour faire des affaires comme manufacturiers en gros de vêtements de tous genres. Capital-actions, \$75,000, à Montréal.

"Stephens Trust Company, Limited," pour accepter, remplir et exécuter tous les fidéi-commis de toute personne ou de tout corps politique, etc. Capital-actions, \$15,000, à Montréal.

"Dominion Glass Company, Limited," pour manufacturer, acheter, vendre et trafiquer sur les verreries, la poterie, etc. Capital-actions, \$8,000,000, à Montréal.

THE Northern Electric

AND MANUFACTURING CO. LIMITED

C'est maintenant l'Age de l'Electricité. La présente génération a été témoin d'une multitude d'inventions étonnantes et d'améliorations pratiques dans le monde de l'électricité. Tout système concevable d'utilité publique tire maintenant sa force motrice de cette source indéfinie d'énergie: l'Electricité.

Une des plus utiles et ingénieuses applications des découvertes faites, c'est la Lampe Electrique Portative. Qui aurait pensé, il y a quelques années, qu'il serait possible d'avoir une lampe électrique portative, assez petite pour qu'on la mette dans une poche de gilet? Et pourtant, c'est le cas aujourd'hui.

Ces lampes, qui sont une spécialité de la "Northern Electric", sont appelées "Ever Ready Flashlights", à cause de la facilité avec laquelle on peut les allumer ou les éteindre. On les considère aujourd'hui comme un article indispensable à tout homme et toute femme, garçon et jeune fille, qui se rendent compte de l'utilité et de la commodité de posséder une Lampe Electrique Portative. Chez soi, au bureau, à la manufacture ou sur la route, une de ces lampes portatives remplit ses fonctions avec autant de facilité.

Il y a deux raisons fondamentales pour la popularité phénoménale des "Ever Ready Flashlights": elles donnent une lumière blanche bien nette et une sécurité absolue. Il n'y a positivement pas de danger d'explosion. Sa sauvegarde contre le feu est inappréciable. Une Lampe Electrique Portative peut se transporter n'importe où avec une sécurité parfaite, qu'elle soit sous forme de petite lampe tubulaire très renforcée pour les mineurs et ceux qui travaillent dans le sol, ou bien de lanterne pour usages à la ferme et chez soi. Des milliers de gens ont tous les jours, dans leurs services, à s'approcher d'atmosphères chargés de gaz mortels, de quantités de produits chimiques, de matières combustibles de tous genres. On a besoin d'une lumière artificielle à un moment donné — à n'importe quel moment pendant le jour ou la nuit. Qu'est-ce qui peut être aussi commode et aussi utile qu'un "Ever Ready Flashlight"?

Pouvoir nettoyer une maison complètement sans lever un tapis ou une descente de lit, c'est là une chose qu'on aurait jugée incroyable il y a quelques années. Mais les progrès de la science de l'Electricité et de ses applications à la diminution du travail ont été si rapides que non seulement nous nettoyons notre maison,

aujourd'hui, mais nous faisons nos rôtis, notre café, nous repassons nos habits, nous faisons chauffer de l'eau, nous faisons des oeufs à la coque ou au miroir, ou notre cuisine au moyen d'applications de l'électricité.



Néanmoins, de toutes les inventions épargnant du travail qui ont été mises en lumière au cours des dernières années, pour diminuer le travail dans et autour de la maison, et qui, dans la majeure partie des cas, ont été un bienfait pour l'humanité, le nettoyeur par le vide (Vacuum), mû par l'électricité, vient au premier rang.

Les affaires relatives au Nettoyeur Portatif par le Vide ont cependant passé par bien des vicissitudes depuis qu'on l'a introduit ici il y a environ cinq ans. Vers cette époque-là on sentit le besoin d'avoir une petite machine portative à un prix raisonnable. La ménagère avisée avait bien apprécié le nettoyage "vacuum" par les grandes machines, mais en raison du coût excessif du service, il n'y avait que le riche qui pouvait en profiter.

La première machine mis sur le marché pour répondre à ce besoin était une grande machine encombrante, dont le prix s'élevait à plus de \$265.00. Cela va de soi, on ne vendit guère de machines de ce genre qu'aux richards. Un an plus tard, on mit sur le marché une autre machine aux prix de \$20.00 (opérant à la main) et de \$60.00 avec fonctionnement par l'électricité. L'année suivante, d'autres appareils furent mis en grand nombre sur le marché, leurs prix s'échelonnaient à partir de \$5.00, mais de tous ces appareils un seul eut une vogue d'une certaine durée. C'était un appareil à main qui était peu efficace pour nettoyer. On en vendit des dizaines de mille, néanmoins, et selon toutes probabilités, ces appareils seraient encore sur le marché si les autorités postales des Etats-Unis n'avaient pas décidé qu'on ne devait pas vendre "un nettoyeur à vacuum sans vacuum". Les promoteurs de cet appareil furent condamnés pour s'être servi frauduleusement de la poste.

Il y a environ trois ans le commerce des appareils portatifs à nettoyage Vacuum semblait si plein de pro-

messes qu'il paraissait devoir éclipser celui de toutes les autres spécialités pour les usages chez soi ou à l'office. N'importe quelle nouvelle machine portant le nom de "Nettoyeur Vacuum" était facile à vendre. Une jointure de tuyau de poêle avec un bec nettoyeur à une extrémité et une poignée plongeante de l'autre se vendit \$10.00.



Aucune personne bien renseignée ne niera que ce commerce a subi un fort recul et cet état de choses provient simplement de contestations judiciaires de brevets, de concurrence déloyale et surtout de fausses représentations.

Les fabricants de vrais "Nettoyeurs Vacuum" sont sérieusement handicapés par les manufacturiers de machines soi-disant Vacuum, qui ne sont que des nettoyeurs par succion" et des "balayeuses de tapis".

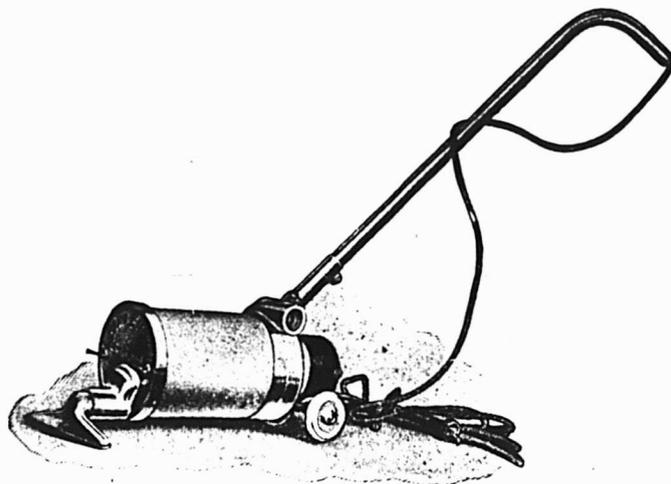
Il y a des Nettoyeurs Vacuum et il y a des balayeuses par succion; entre les deux, il existe une grande différence. Les premiers servent à nettoyer à fond, les autres ne balaient que la surface. Les manufacturiers de balayeuses par succion n'ont pas hésité à annoncer leurs appareils comme "Nettoyeurs Vacuum" et le public n'a pas encore appris à différencier les deux; n'importe quelle machine à nettoyer a été acceptée comme "Nettoyeur Vacuum". Pendant un certain temps, il n'était que naturel que le public considérât avec suspicion toutes les annonces relatives aux "Nettoyeurs Vacuum".

Quelques fabricants avantageusement connus et fiables ont graduellement surmonté ces préjugés; parmi eux, la Compagnie B. F. Sturtevant, qui depuis 50 ans fabrique le plus de ventilateurs du monde entier.

Cette compagnie fabrique une ligne complète de "Nettoyeurs Vacuum" qui sont connus sous le nom de Nettoyeurs Vacuum Northern Electric-Sturtevant" et sont vendus partout par les Marchands d'Appareils Électriques. Ces Nettoyeurs ont la même haute ré-

putation qui caractérise les autres produits de ces fabricants depuis un demi-siècle.

Le nettoyage est rapide et complet. Cela ne ressemble pas à la plupart des appareils pour nettoyer dans lesquels le vide est produit par un ventilateur petit, non encaissé, en aluminium, qui, grâce à un moteur électrique, tourne à grande vitesse. La plupart des autres types de nettoyeurs sont mis en action par une pompe reliée par une courroie à un moteur électrique. Dans des nettoyeurs de ce genre, il est nécessaire de faire usage de courroies, d'appareils et autres qui sont susceptibles de s'user comme ceux des engins à vapeur, à gâzoline et d'automobile et demandent la même attention soigneuse. De tels procédés sont compliqués en comparaison de ceux qu'on emploie pour les nettoyeurs "Northern Electric-Sturtevant" où les seules parties qui soutiennent sont les coussinets supportant le moteur et le ventilateur. Ces machines sont fabriquées en nombre de modèles depuis le No 1, qui est le plus petit des deux modèles illustrés, jusqu'aux grands modèles pour maisons de rapport et les hôtels.



Le Nettoyeur No 1 ne pèse que 13 livres. Cette considération, à elle seule, le recommande à toute ménagère faisant son ouvrage ou aux ménages où il n'y a qu'un domestique. Son poids léger, sa rigidité et la perfection du nettoyage le rendent facile à employer. Il est, cela va de soi, facile à transporter en haut et en bas des escaliers et à cause de ses petites dimensions on peut facilement l'emmagasiner dans une très petite chambre; c'est là un fait qui a une grande importance quand il s'agit d'un petit plein-pied ou appartement.

Le Nettoyeur Vacuum Portatif est maintenant considéré comme une nécessité de ménage; il rend le logis plus agréable et plus propre. Il élimine le danger de la maladie, aide les gens à vivre plus longtemps et est ici pour y rester.

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

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

Téléphone Bell Est 1185.

MONTREAL.

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

Bureau de Montréal : 80 rue St-Denis.

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

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

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

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

Toute année commencée est due en entier.

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

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

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

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

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, Vendredi, 23 Mai 1913.

Vol. XLVI—No 21.

VOTRE VOISIN ACHETERA-T-IL VOTRE PRODUIT ? ET POURQUOI ?

Vendre à la nation, c'est simplement vendre à un certain nombre de vos voisins.

Parlons un peu, si vous voulez, des voisins et du voisinage; les familles qui vivent à côté de chez nous se composent d'êtres humains. Ils portent des vêtements, mangent des produits alimentaires, dorment dans des lits, travaillent, se promènent, parlent, rient et peut-être jouent un peu. Nous en parlons comme de nos voisins. Quand nous les rencontrons, nous les saluons aimablement. Fréquemment nous parlons de bien des choses avec eux. Nous nous intéressons plus ou moins à leurs entrées et à leurs sorties, ainsi qu'eux aux nôtres. Nous savons qu'il y a trois enfants dans cette famille: Emma, Walter et le petit Tommie. Comme toutes les petites filles, Emma joue à la poupée, Walter joue au ballon, patine, veut un nouveau traîneau et un nouveau grand couteau de poche, et il y a des trous dans ses bas. Le petit Tommie passe son temps à jouer avec Walter et les autres gamins, qui ont aussi des trous dans leurs bas et demandent des sous pour aller acheter des bonbons. S'il s'agit d'une famille à moyens modestes, le père s'en va tous les matins, sauf le dimanche, à l'ouvrage et la mère a soin du ménage et de ses enfants. Ils portent intérêt à leur foyer. Ils ont naturellement besoin des choses qui leur rendront l'existence plus facile et plus heureuse, à eux et à leurs enfants. Il se peut qu'ils aient l'ambition de posséder une automobile ou un piano automatique et ils songent à en faire l'achat dès que les moyens de la famille permettront de mettre de côté le montant nécessaire ou dès qu'elle verra qu'elle peut s'engager à l'acheter par versements partiels. Pen-

dant l'été, la mère et les enfants s'en vont chez la grand-mère à la campagne où ils passent quelques semaines. Et c'est ainsi que s'écoule leur vie de jour en jour et d'année en année. Ces gens-là, ce sont, dis-je, nos voisins. Nous ne voudrions pas leur nuire de propos délibéré ni les tricher à moins que nous ne soyons de mauvais voisins nous-mêmes.

Le voisinage s'étend.

Maintenant, passons à la question de la publicité. Formons-nous une idée bien nette de ce qu'est au juste la publicité et de ce qu'elle fait. Je ne puis penser à une meilleure définition de la mission de la publicité que la phrase contenue dans une des annonces de la maison de M. Jones. Ce fabricant dit: "Depuis nombre d'années, j'ai fabriqué des saucisses de campagne, ici, dans ma ferme, pour mes voisins, et j'essaie simplement d'étendre mon voisinage." C'est là la mission de la publicité: augmenter le nombre de ses voisins. Cette définition s'applique aussi bien au marchand local qu'à celui qui fait de la publicité nationale. Il n'y a là, comme différence, que celle de la quantité du nombre de clients.

Au début, le marchand ou le manufacturier commence généralement en petit. Il vend de la marchandise à ceux qui sont autour de lui — ses voisins. Mais si c'est un être humain normal, il a le désir d'augmenter le volume de ses affaires, pour pénétrer dans d'autres champs d'activité, ou pour nous servir des termes mêmes de l'annonce du marchand de saucisses, pour étendre son voisinage. Et c'est pourquoi il se décide à faire de la publicité.

On a souvent assimilé la publicité à la lumière. Elle est souvent symbolisée par une torche allumée. Considérons donc les moyens de réclame, les magazines, les journaux, les chars urbains, les affiches, les programmes de théâtres et tous les autres moyens de publicité comme des lentilles à travers lesquelles nous sommes pour projeter la lumière — les faits — au sujet de nos marchandises ou de notre service pour le public dans un voisinage plus étendu.

Les moyens de transmettre la lumière.

Considérez le rôle joué par les lentilles pour transmettre la lumière. Elles rassemblent les rayons et les répandent plus largement à la volée. C'est ainsi que le médium de publicité rassemble les rayons de lumière sur notre marchandise ou notre service et les dissémine sur le monde.

Nous payons, ou tout au moins nous devrions payer, un taux proportionnel à l'étendue et au genre de voisinage que le médium atteint. Le marchand qui s'est établi dans la rue principale paie un loyer élevé parce que cette rue traverse un quartier très peuplé pendant les heures d'affaires de la journée. Ainsi, celui qui fait de la publicité paie un taux élevé à ces médiums, tels que les grands journaux, les bonnes places pour les affiches, les magazines nationaux, les journaux d'agriculture à grande circulation parce qu'ils atteignent un grand nombre de voisins. Ce sont des lentilles puissantes au moyen desquelles il atteint les voisinages dans lesquels il désire projeter la lumière à propos de ses marchandises.

Et c'est là où entre en scène la science de la publicité. Jusqu'à présent on en sait peu, à en juger par les résultats et la crudité de l'annonce au sujet de la science de la transmission de la lumière de la publicité. Si l'oculiste essayait de pratiquer son métier sans avoir consacré une certaine partie de son temps à l'étude des principes de l'optique et de l'action des lentilles, nous placerions avec horreur les mains devant nos yeux et lui retirerions sa patente pour exercer son métier. Et pourtant, en bien des occasions, nous faisons de la publicité sans avoir la moindre notion de la puissance des lentilles que nous employons ou de la méthode convenable pour les employer. Nous dépensons chaque année des centaines de dollars en publicité non scientifique parce que nous n'avons pas fait l'étude qu'il faut faire de la publicité. Nous ne savons pas quels sont nos résultats.

Une leçon de choses par les méthodes des maisons faisant affaires par la poste.

Il serait à souhaiter que chaque homme qui fait de la publicité passât trois ou quatre ans dans le service de publicité d'une grande maison faisant affaires par la poste avant qu'on lui permit de gérer des fonds de publicité ou de s'occuper de la publicité.

La publicité d'une maison de ce genre est en même temps le plus grand éducateur et le plus grand désillusionniste qu'il y ait dans le monde de la publicité. La raison en est que dans le service de publicité bien conduite d'une maison faisant affaires par la poste nous savons quels sont les résultats que nous obtenons, tandis que dans les autres genres de publicité nous croyons d'ordinaire simplement que nous les connaissons. Si chaque homme qui fait de la publicité avait passé par là d'abord, les pages d'annonces de nos journaux et magazines auront un aspect bien différent de celui qu'elles ont actuellement et les agents de publicité retireraient de plus gros salaires. Ce n'est pas que nous emploierions sans réserve toutes les méthodes de ces maisons, mais nous en saurions plus au sujet des caractéristiques fondamentales de la nature humaine. Mais comment pouvons-nous acquérir plus de science? Que devons-nous faire pour apprendre à retirer plus d'avantage de la publicité?

D'abord, il nous faut analyser la situation. Nous devons étudier notre voisinage au point de vue de ses relations avec nos marchandises ou notre service, que ce voisinage soit le monde, les États-Unis, le Canada, le Massachusetts, Springfield ou le petit district qui environne notre magasin d'épicerie. Ensuite, nous devons étudier les lentilles qui feront parvenir au moindre prix la lumière à ces voisins. Il est clair comme le jour que nous ne pouvons nous attendre en plaçant une enseigne au prochain coin de rue, que les gens de San Francisco et de New-York la voient. Nous ne pouvons pas non plus compter qu'en mettant une petite annonce locale dans le Ladies' Home Journal nous atteignons les gens qui habitent autour de notre épicerie, au coût le moins élevé possible. Cela est absurde. Et pourtant ce n'est pas plus absurde que certaines choses que nous faisons tous les jours, en fait de publicité.

Il nous faut faire une étude plus approfondie des lentilles qui font pénétrer la lumière chez les voisins avec lesquels nous pouvons faire, avec le plus de profit, des transactions. Ne nous abusons pas, quel qu'élevé que soit son taux, le médium de publicité qui atteint le plus grand nombre de voisins qui sont des clients éventuels de nos marchandises est le meilleur marché, tout bien considéré. Mais il nous faut nous assurer que nos voisins sont des acheteurs possibles. La circulation ne représente pas grand'chose, si ces voisins qui assurent cette circulation n'ont pas besoin de nos marchandises.

Faites votre appel d'une manière naturelle.

Revenons maintenant à notre message, à la lumière que nous avons à projeter à travers ces lentilles. Revenons à la famille qui demeure tout près de chez nous. Elle se compose d'êtres humains; ils ont des ambitions et des désirs qui sont bien peu dissembla-

bles aux nôtres; ils vivent à peu près comme nous; ils ont besoin de choses pour eux et leur foyer qui rendent leur existence plus facile et plus heureuse.

Quand nous leur parlons, nous causons, naturellement, avec un ton de voix naturel, en nous servant de bonnes expressions raisonnables. Si nous cultivions des asperges et si nous en avons plus que pour nos besoins, que nous nous décidions à en vendre un peu à nos voisins, nous ne commencerions pas par hurler à propos d'asperges en entrant dans leur cour. Pas du tout; nous irions à leur porte et nous dirions à Mme Brown et à Mme Smith que nous avons des asperges à vendre, qu'elles sont fraîches et tendres, qu'elles sont délicieuses en canapé avec une sauce à la crème, et ainsi de suite. Nous n'élèverions pas la voix, nous ne chercherions pas à faire parade devant eux de notre propre savoir-faire. Nous ne parlerions que des asperges.

Et voici le point: Quand nous commençons à annoncer, nous commençons par oublier promptement tout à ce propos. Nous oublions que les gens du reste du monde — le grand voisinage — sont des êtres humains, juste comme la famille qui habite à côté de chez nous. Nous oublions qu'ils ont besoin de choses qui soient à la portée de leurs moyens, dont ils bénéficieraient et qui rendraient leur existence plus heureuse. s'ils en entendaient parler, et parfois nous allons à eux tambour battant, croyant sans doute qu'il nous faudra combattre pour qu'ils soient convaincus du fait qu'ils ont besoin de nos marchandises ou de notre service. Et nous commençons à faire les malins, à les entortiller de belles phrases, à faire de l'esprit, à multiplier les adjectifs mirobolants. Et nous soulignons, nous mettons en italiques et soulignons de nouveau jusqu'à ce que nos annonces se lisent comme ceci: "Le diable m'emporte! il faut que vous achetiez de mes asperges, vous, c'est à vous que je parle." Puis, nous serrons les poings avec fureur et en menaçons le lecteur, notre voisin, de telle façon qu'il se demande ce qu'il a fait pour être traité de cette façon — et après cela nous nous demandons pourquoi cette publicité coûte tant et donne de si maigres résultats. Et nous en rejetons le blâme sur les journaux, les magazines, les compagnies de chars urbains et tout le reste de nos lentilles.

Les erreurs de ceux qui annoncent.

Il est indubitable qu'ils méritent un peu ce blâme, car, avec toute leur expérience, ils devraient en savoir un peu plus au sujet de leur espace, de la manière de l'utiliser et de plus ils devraient avoir le courage de leurs convictions et ne pas craindre de parler aux annonceurs. Néanmoins, je suis persuadé que ce sont les annonceurs qui sont le plus à blâmer. Revenons à nos lentilles: nous savons qu'elles n'ajoutent rien à la lumière, ni n'en retranchent rien; elles recueillent la lumière envoyée et la distribuent. Par suite, si notre lumière, notre copie d'annonce, n'est pas bonne, les lentilles ne l'amélioreront pas. Elles la font pénétrer

chez nos voisins juste comme nous l'avons préparée; c'est pourquoi, avant de condamner les lentilles, voyons si nous y avons fait passer le genre convenable de lumière, si notre rédaction était telle qu'elle doit l'être pour amener les voisins à agir favorablement à nos vues.

Il y a deux choses, selon nous, qui priment dans la rédaction d'annonces: la simplicité et la sincérité. La simplicité réelle, c'est l'efficacité. Elle implique l'élimination de tout ce qui n'est pas nécessaire pour produire un certain effet défini sur l'esprit de qui lit l'annonce. Elle implique la simplicité des mots, des pensées, de l'illustration, de l'aspect physique de l'annonce. Il faut que chaque mot porte. Il faut que chaque pouce d'espace soit utilisé de façon à déterminer un acte défini ou à faire éclore une pensée chez le lecteur. Souvent l'éditeur du journal a accepté de la copie qui tient trop d'espace et qui, d'après sa propre expérience, ne peut jamais rapporter suffisamment à l'annonceur. Et en ce faisant il n'agissait pas autrement que s'il avait voulu creuser la tombe de l'annonceur.

J'ai effleuré, en passant, la question de la simplicité de l'illustration. Faut-il se servir de photographies? Sûrement, quand c'est nécessaire et quand elles font comprendre la question mieux que les mots qui tiendraient dans le même espace.

Mais il y a quelque chose de plus important encore que la simplicité, c'est la sincérité. C'est là le fondement sur lequel doit reposer notre système d'affaires pour obtenir le plus de succès possible. Nous sommes généralement sincères avec la famille qui habite à côté de chez nous. Pourquoi ne pas l'être avec tous nos voisins du continent? Pourquoi ne parlerions-nous pas dans les magazines et les journaux de la même façon que nous parlons à nos amis?

COMPAGNIES INCORPOREES.

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

"La Compagnie d'Immeubles de Saint-Rémi", pour acquérir, acheter, posséder, vendre ou louer des terrains et autres propriétés immobilières, propres au commerce, manufactures, magasins, dépôts, résidences. Capital-actions, \$20,000, à St-Rémi.

"The Saint-George Land Company", pour acquérir par achat, bail, échange ou autrement, détenir, améliorer, subdiviser, bâtir, utiliser, administrer, louer, vendre, échanger et disposer de tous genres d'immeubles et propriétés immobilières. Capital-actions, \$100,000, à Montréal.

"La Compagnie Electrique de Saint-Gabriel de Brandon, Limitée," pour faire affaires comme électriciens, ingénieurs-mécaniciens et manufacturiers. Capital-actions, \$49,000, à St-Gabriel de Brandon.

BELLE SERIE ARTISTIQUE.



La Dominion Cartridge Company, Limited, de Montréal, a récemment mis en circulation une superbe série de seize pancartes représentant des oiseaux et des animaux de toutes espèces. Ces pancartes sont d'une belle dimension, 14 pouces par 6, et sont assorties en séries de quatre et montrent avec une rare perfection de détails toute variété des plus beaux types de la création. Comme ces images sont des lithographies coloriées, elles ont par là une plus grande valeur artistique à laquelle la vignette ci-contre ne saurait rendre justice.

Sur réception de dix cents, la Dominion Cartridge Co. enverra une série de ces images à toute adresse au Canada.



LA PROSPERITE DE LA BANQUE NATIONALE.

Nos lecteurs trouveront dans une autre partie de ce numéro le rapport détaillé des résultats financiers obtenus par ce grand établissement de crédit pendant son dernier exercice.

Nous croyons devoir attirer leur attention sur le fait que la banque a gagné 15 1/10 pour cent sur son capital et qu'elle a pu commencer en août dernier à payer les dividendes sur la base de 8 pour cent, sans que pour cela l'augmentation de la réserve en fût affectée en quoi que ce soit.

La réserve a été augmentée, non de \$100,000, comme pendant l'exercice précédent, mais de \$150,000. Le compte de profits et pertes se solde par \$74,000.

Fait très intéressant à signaler aussi, la succursale de Paris de ce grand établissement financier a bénéficié d'une augmentation de 25 pour cent pour le volume de ses affaires et cela malgré le ralentissement du mouvement financier par suite des craintes suscitées chez les placeurs de fonds par la crise des Balkans.

Il y a eu augmentation de \$2,000,000 pour le montant des dépôts au Canada.

Les directeurs songent à étudier bientôt la question de l'opportunité d'une augmentation de capital. Un certain nombre de succursales ont été ouvertes dans l'Est canadien.

La Banque Nationale jouit donc, grâce à sa puissante organisation, à l'habileté et à la clairvoyance de ses directeurs, d'une prospérité très remarquable.

LA COMPAGNIE D'ASSURANCE MUTUELLE DU COMMERCE.

D'après le sixième rapport annuel des opérations de cette compagnie, rapport que nous publions dans une autre page de notre numéro spécial, le total de l'actif de cette compagnie est de \$547,224.36 et le passif ne s'élève qu'à \$6,380.17. Le surplus de l'actif sur le passif est donc de \$540,844.19.

Il est très intéressant aussi de comparer les totaux de l'assurance en force depuis 1908. Nous voyons ainsi que le total qui était de \$1,142,850.00 est maintenant de \$5,382,705.00!

L'actif qui, en 1903, était de \$129,592.67, est maintenant de \$547,224.36. Les recettes qui s'élevaient au total de \$14,000 à cette époque, forment maintenant une somme de \$80,193. Ce sont là des chiffres qui en disent long sur le développement rapide des affaires de la compagnie, qui font grand honneur à la direction, et qui permettent d'entrevoir une prospérité plus grande encore de cette compagnie dans les prochaines années.

FEU H.-F. STODDARD.

Les journaux de l'Ouest nous apportent la nouvelle de la mort, survenue le 18 du courant, de M. H.-F. Stoddard, surintendant de la Plymouth Cordage Company, succursale de Welland. M. Stoddard était déjà souffrant depuis près d'un an et il avait dû subir diverses opérations. Mais il ne s'était rétabli que pour mourir quelques mois après tout-à-fait subitement.

Le défunt est né à Plymouth il y a quarante-sept ans et il occupait depuis sept ans le poste de surintendant de la Plymouth Cordage Company à Welland. Il laisse une veuve et deux filles en bas âge.

“LA GOLD LION BREWERY,” LIMITEE

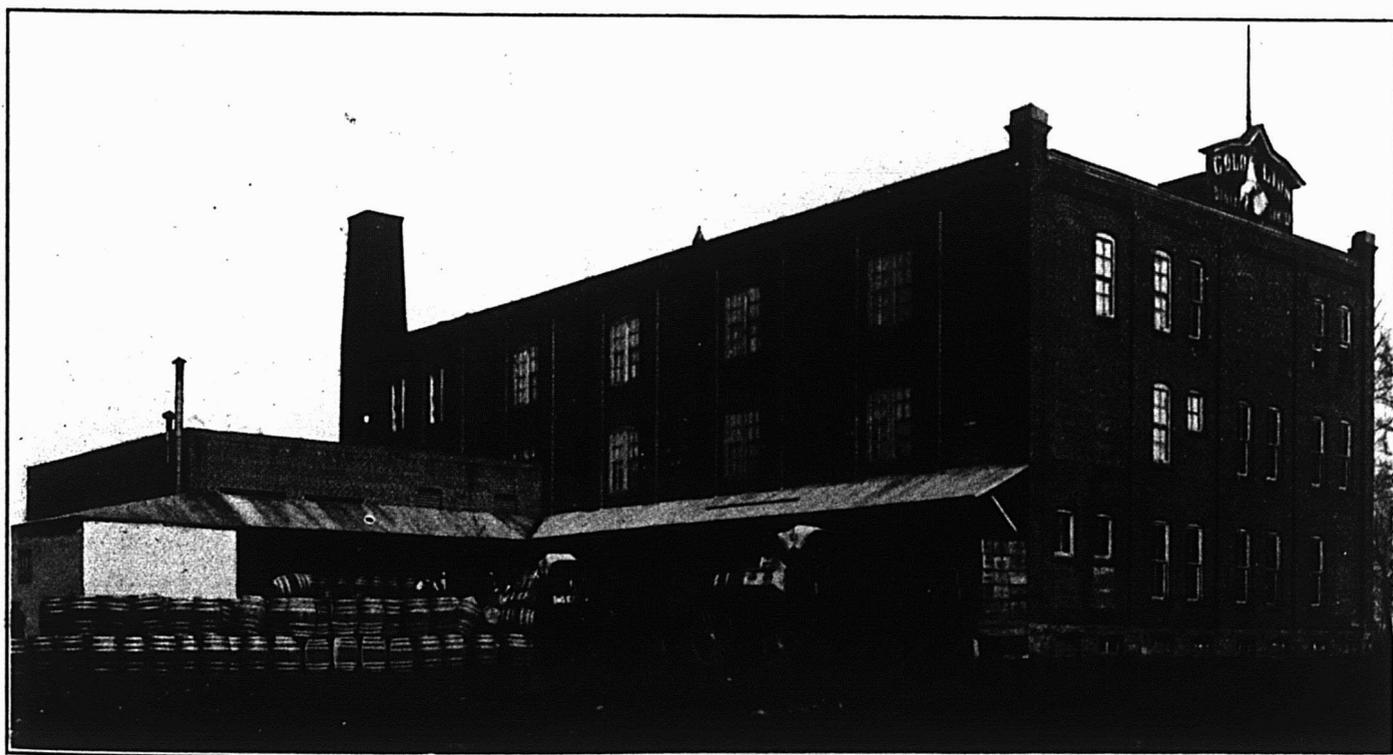
Cette importante compagnie, qui vient d'être réorganisée, annonce son intention d'agrandir ses usines situées à Valleyfield, près de Montréal, de manière à produire 340 barils de bière par jour ou au delà de cent mille barils par année.

Les directeurs ont confié à M. C.-H. Hettinger, architecte de Boston, le soin de préparer les plans d'agrandissement en vue d'augmenter la production dans la proportion plus haut citée. Dans ce but, la compagnie s'est assurée le contrôle de tout le terrain qui entoure ses usines actuelles, c'est-à-dire qu'elle disposera de cent trente mille pieds carrés de superficie au lieu de quarante-deux mille deux cent cinquante.

Les édifices en briques couvrent une étendue de

Gold Lion; mais la meilleure preuve, on la trouve en en faisant une expérience personnelle. Le consommateur est le meilleur juge et il reconnaîtra qu'un produit semblable justifie une grande demande et que la compagnie, dans les circonstances, ne peut s'empêcher d'agrandir ses usines devenues trop petites.

Les brasseries canadiennes ne peuvent pas suffire à la demande courante pour la bière et le porter au Canada. Les rapports du gouvernement, à la page 80, démontrent l'augmentation constante dans la production de la bière et du porter au pays. En 1907, on a brassé au Canada 26,505,831 gallons de bière et de porter et en 1912, 47,518,647 gallons. C'est-à-dire que dans cette période de cinq ans la production a aug-



Brasserie de “La Gold Lion”.

terrain de 121 pieds par 60 et de 48 par 52 et sont pourvus de machines les meilleures et les plus modernes et l'installation est reconnue comme l'une des meilleures au Canada.

Les produits de la Gold Lion Brewery diffèrent totalement des autres produits canadiens. La couleur et le goût de la bière la différencient particulièrement. Le goût en est délicieux, doux et dépourvu du bouquet amer que laissent au palais les autres bières. Le porter est au moins égal à n'importe quel produit importé et est réputé le meilleur au Canada.

Il existe des quantités de certificats attestant du bon goût et de la riche qualité de la bière et du porter

menté de près de cent pour cent. Malgré cela, l'importation de ces mêmes produits a augmenté de plus de cent pour cent puisque en 1907 les chiffres donnaient \$413,156, et, en 1912, \$951,403. Voilà une preuve éclatante qu'il existe un marché presque illimité et que, avec l'augmentation toujours croissante de la population, on peut s'attendre à une augmentation proportionnée de la consommation.

“La Gold Lion Brewery” ne saurait être mieux placée au point de vue des facilités de transport et de communication. Les voies ferrées du New-York Central et du Grand-Tronc, partant de Valleyfield, sillonnent la province de Québec en tous sens, et il ne faut

pas oublier le service par voies fluviales entre Valleyfield, Montréal et autres points.

En admettant, comme dans ce cas-ci, qu'il y a un bon marché ouvert pour les produits, le coût de production détermine les profits d'une entreprise.

Dans le cas de "La Gold Lion Brewery", Limitée, le coût de production se divise en trois classes: la manufacture, la vente et les frais d'administration. Or, la Compagnie a réduit considérablement ces trois classes de dépenses. D'abord quant aux frais de manufacture: un des éléments dispendieux dans la manufacture de la bière et du porter c'est l'eau, à cause de la grande quantité employée; or, la Compagnie a son eau gratuitement et elle épargne de ce chef seulement une somme considérable, vu qu'elle en emploie plusieurs millions de gallons par année. La force motrice coûte très peu à Valleyfield. Les machines sont des

sont considérablement réduits, grâce à une exemption de taxes pour vingt ans, et pour d'autres raisons relatives plus bas.

La Compagnie produira sur une grande échelle. Or, il est admis et reconnu par les hommes d'affaires que plus la production est considérable, plus les dépenses sont réduites en proportion de la quantité manufacturée. La Compagnie, malgré une petite installation, et tout en se recrutant une clientèle, a déjà atteint, dès sa première année, un succès presque phénoménal.

La Compagnie a considérablement réduit le coût de production, de sorte que, avec un marché déjà établi pour la vente de ses produits, elle est assurée de réaliser de forts bénéfices.

La Compagnie s'installera pour produire au moins cent mille barils par année, donnant un profit net d'au



Expédition de la Bière "Gold Lion" par bateau.

plus modernes et en conséquence seront de longue durée, réduisant d'autant les dépenses de réparation et la somme totale de fonds d'amortissement nécessaire pour parer à la dépréciation des machines. Enfin, les salaires des ouvriers sont moins élevés qu'à la ville parce que le coût de la vie est moindre à la campagne.

Quant aux frais de vente: les voyageurs, leurs frais de déplacement, l'annonce et le transport en sont les principaux éléments. Or, la bière et le porter plaisent tellement au public que la Compagnie n'a besoin que d'un très petit nombre de voyageurs tout en ayant pour ainsi dire très peu de dépenses pour l'annonce. Le coût de transport est relativement nul, vu que la plus grande partie de la bière et du porter de la Compagnie est consommée dans le district de Beauharnois et la balance est surtout transportée par bateaux. Troisièmement, quant aux frais d'administration ils

moins \$2.00 par baril, soit deux cent mille dollars de profit net par année. Cette somme sera répartie de la manière suivante: \$42,000.00 par année sur \$600,000.00 d'actions privilégiées, soit 7%, et \$158,000.00 qui seront distribués aux détenteurs d'actions ordinaires après avoir pourvu à un fonds de réserve et à un fonds d'amortissement, soit au moins 10% sur les actions ordinaires que la compagnie donne maintenant gratuitement.

La Compagnie est capitalisée d'une manière sage et prudente. Son capital autorisé s'élève à deux millions de dollars (\$2,000,000.00) divisé moitié en actions privilégiées, moitié en actions ordinaires. Les actions privilégiées sont divisées en première et seconde classes.

Le privilège existe quant aux dividendes et quant à l'actif en cas de liquidation; quant aux dividendes,

cela veut dire que ces actions ont droit à un dividende cumulatif annuel de 7%, devant être payé à même les profits nets de la Compagnie avant qu'aucun dividende ne soit payé sur les actions ordinaires.

Le dividende est cumulatif, c'est-à-dire que s'il arrivait que les profits nets d'aucune année soient insuffisants pour payer le dividende sur les actions privilégiées, soit en tout ou en partie, tout dividende ou partie de dividende deviendra une première réclamation contre les profits et sera payé en entier, à même ces profits avant qu'aucun dividende ne soit distribué aux détenteurs d'actions ordinaires.

Le privilège s'étend aussi quant à l'actif en cas de liquidation, c'est-à-dire qu'en cas de liquidation ou dissolution les détenteurs d'actions privilégiées auront le droit de recevoir le remboursement de leurs actions au pair avant qu'aucune distribution de l'actif ne se

général et du monde financier en particulier. Or, la Canadian Appraisal Co. a évalué les valeurs immobilières de la Compagnie à \$136,638.36, et ce, après avoir alloué un montant de \$3,259.22 pour dépréciation. De plus, l'auditeur de la Compagnie, M. J.-C. Duhamel, de la Société Duhamel & Wilson, qui, par sa grande connaissance dans la science de la comptabilité et sa longue expérience en affaires, est considéré comme l'un des meilleurs comptables de ce pays, a certifié que la valeur mobilière de la Compagnie s'élève à la somme de \$169,644.00, donnant une valeur totale de valeurs immobilisées et de roulement de \$303,282.36 et en fonds de commerce de \$50,000.00, soit un total en valeurs de \$353,282.36.

Les actions privilégiées de la première classe ne représentent que les valeurs fixes telles qu'évaluées par la Canadian Appraisal Co. et les valeurs circulan-



Cuves dans lesquelles la bière "Gold Lion" est fermentée.

asse aux détenteurs d'actions ordinaires. Voilà une double garantie pour les actionnaires.

La valeur d'une entreprise est toujours problématique et complexe. Notre intérêt nous porte, et cela de bonne foi, à exagérer nos valeurs. Or, voilà ce que la Compagnie a voulu éviter. Dans ce but elle a confié à des tierces personnes, des experts évaluateurs et auditeurs, le soin de déterminer la valeur des propriétés et du roulant de la Compagnie. Les valeurs immobilières ont été estimées par la Canadian Appraisal Co. Cette Compagnie a fait l'évaluation de presque toutes les grandes entreprises canadiennes, telles que les principales brasseries englobées par la National Breweries, la Canada Cement Co., etc., et leur réputation comme experts évaluateurs est bien connue par le public du Canada, des États-Unis et de l'Angleterre. Cette compagnie jouit de la confiance du public en

tes telles que certifiées par l'auditeur.

Le profit des nouvelles actions vendues sera placé dans l'entreprise, et sous forme de valeurs nouvelles, garantira aussi les nouvelles actions. Les actions privilégiées de la seconde classe représentent le fonds de commerce et ne pourront retirer de dividendes que lorsque le dividende attaché aux actions privilégiées aura d'abord été payé.

Les actions ordinaires représentent la capitalisation du surplus après que le dividende de 7% aura été payé aux détenteurs d'actions privilégiées. Ces actions constituent le mode adopté pour permettre aux détenteurs d'actions privilégiées de participer aux profits de la Compagnie. Du fait que le capital est divisé moitié en actions privilégiées et moitié en actions ordinaires, il suffira que la Compagnie gagne 14% sur le capital payé pour pouvoir distribuer un dividende

de 7% sur les actions ordinaires; or, du jour où la Compagnie paiera 7% sur les actions ordinaires, ces actions vaudront cent dollars chacune, puisqu'il faut au moins cette somme pour rapporter 7% par an, tout en augmentant le capital originaire de 50%.

Les actionnaires privilégiés sont protégés plus que par la loi ordinaire, puisque au lieu d'une simple majorité des voix, il faut au moins le consentement des deux tiers des actionnaires privilégiés lorsqu'il s'agit de disposer de la propriété de la compagnie en son entier; de permettre de créer toutes obligations ou hypothèques sur les biens de la compagnie.

La même règle existe pour créer de nouvelles actions privilégiées au-dessus d'un million de dollars, lesquelles pourraient être sur un pied de priorité ou d'égalité avec les actions privilégiées.

Advenant une liquidation involontaire ou une dis-

soluble L.-P. Bédard, conseiller législatif; l'honorable F.-X. Dupuis, ancien juge de la Cour des Records de Montréal; M. Édouard Hébert, importateur de vins et liqueurs; M. J.-B. d'Amour, shérif pour le district de Beauharnois.

On peut donc être assuré que ce que ces messieurs ont fait pour eux-mêmes individuellement, ils le feront pour les actionnaires collectivement.

Sécurité de placement.

Les actions privilégiées de la première classe sont, pour ainsi dire, l'équivalent d'une hypothèque, avec cet avantage, que les détenteurs d'actions privilégiées pourront retirer de gros bénéfices sur leur argent, puisqu'elles représentent et ne représenteront que



Bureau du Président, M. Édouard Hébert.

des valeurs réelles. La compagnie a en valeurs de cette sorte un surplus de l'actif sur le passif de \$199,000 et en fonds de commerce, etc., de \$50,000 faisant un surplus total de \$249,000.

La Compagnie paie déjà un dividende et, comme les profits ne pourront qu'augmenter avec la progression des affaires, le dividende est donc bien assuré.

L'exposé qui précède ne devrait pas avoir laissé de doutes dans l'esprit de nos lecteurs quant à l'attrait qui entoure la valeur offerte en souscription, si nous ajoutons que la dite valeur porte avec elle un bonus de 50 pour cent de la souscription en actions ordinaires de la même compagnie. Les bonnes valeurs auxquelles on peut souscrire avec sécurité ne manquent pas sur notre marché, mais il en est peu qui offrent autant d'avantages que les actions privilégiées de "La Gold Lion Brewery", Limitée.

On pourra racheter les actions privilégiées à 110 pour cent du pair et dividendes accrus après en avoir donné un avis au préalable de 40 jours.

La compagnie telle que reconstituée aura l'avantage de pouvoir compter sur un bureau de direction composé d'hommes d'affaires sages, prudents et compétents comme ils l'ont d'ailleurs prouvé dans l'administration de leurs affaires personnelles où ils ont réussi à se créer de jolies fortunes.

Ce bureau de direction se composera de l'hono-

Epicerie et Provisions

LA SITUATION.

D'une façon générale on peut dire que le marché de l'épicerie est resté bien soutenu durant la dernière huitaine. La demande continue à être importante; les collections sont assez bonnes. Les commis-voyageurs envoient bon nombre de commandes des diverses régions du Canada et les livraisons se font bien maintenant dans toute la province de Québec. Cette activité du commerce de l'épicerie est plus remarquable depuis un mois qu'à n'importe quelle époque depuis le début de l'année et on s'attend à un mouvement d'affaires encore plus prononcé jusqu'à l'automne prochain.

Nous cotons:

SUCRES

Nous cotons:

Extra granulé, sac les 100 lbs.	4.30
Extra granulé, ball 5 x 20 100 lbs.	4.40
Extra ground, baril les 100 lbs.	4.70
Extra ground, bte 50 lbs. 100 lbs.	4.90
Extra ground, ½ bte 25 lb., 100 lb.	5.10
No 1 Yellow, baril les 100 lbs.	3.95
No 1 Yellow, sac les 100 lbs.	3.90
Powdered, baril 100 lbs.	4.50
Powdered, bte 50 lbs. les 100 lbs.	4.70
Paris Lumps, ½ bte 25 lbs. 100 lbs.	5.35
Crystal Diamond, btes 100 lbs.	5.05
Crystal Diamond, ½ bte 50 lbs. les 100 lbs.	5.15
Crystal Diamond, ¼ bte 25 lbs. les 100 lbs.	5.35
Crystal Diamond, Domino, 20 cartons 5 lbs. les 100 lbs.	0.35
Sucres bruts cristallisés, lb.	0.39
Sucres bruts non cristallisés, lb.	0.03½

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

MELASSES

Très bonne demande.

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

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

LARD AMERICAIN

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

SAINDOUX

Bonne demande.

Saindoux pur, en tinette	1 lb.	0.15½
Saindoux pur, en seau		\$3.20
Saindoux pur, cse de 10 lbs.		0.164
Saindoux pur, cse de 5 lbs		0.163
Saindoux pur cse de 2 lbs		0.164

PARINES ET PATES ALIMEN.

TAIRES

Pâtes alimentaires

Bonne demande.		
Nous cotons:		
Arrow root, boîte, de 7 lbs.	0.15	
Farine Five Roses, qrt.	0.00	6.25
Farine Five Roses, sac	0.00	3.25
Farine Household, qrt.	0.00	6.25
Far. "Regal", qrt.	0.00	6.70
Far. patente hongroise, qrt.	0.00	6.40
Farine à pâtis. Océan, qrt.	0.00	5.85
Far. "Regal", sac	0.00	3.20
Far. d'avoine granulée, sac	0.00	2.50
Far. d'avoine standard, sac	0.00	2.50
Farine d'avoine fine, sac	0.00	2.50
Farine d'avoine roulée, brl.	0.00	4.75
Farine d'avoine roulée, sac	0.00	2.25
Farine de sarrasin, sac	0.00	2.75
Far. de blé-d'Inde ord., sac	0.00	2.15
Banner, Saxon et Quaker		
Oats, et Ogilvie, caisse	0.00	4.00
Cream of wheat, cse	0.00	5.75
Fécule de maïs, 1e qité, lb.	0.07½	0.07½
Fécule de maïs, 2e qité, lb.	0.05½	0.05½
Fécule de pommes de terre, qrts de 1 lb., doz.	0.00	1.35
Vermicelle, macaroni et spaghetti Canadiens btes de 5 lbs., lb.	0.00	0.27½
En vrac	0.00	0.05½
Paquets de 1 lb.	0.00	0.07
Nouilles aux oeufs:		
Paquets de ½ lb., lb.	0.00	0.07½
Spaghetti, pâtes assorties: alphabets, chiffres, animaux nouilles, coudes, importés en vrac, lb.	0.00	0.07½
En paquets de 1 lb.	0.00	0.08
Tapioca pearl, en sac, la "	0.05½	0.06
Tapioca seed, en sac, la "	0.06	0.07
Tapioca flake	0.07½	0.08
Sagou	0.05½	0.06

FROMAGES CANADIENS

Bonne demande.
Les fromages petits et gros se vendent aux épiciers 14c et 15c la livre.
Poisson salé.

Morue salée, No 1 0.14½ 0.15

VINAIGRE

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

THES

On souhaiterait plus d'activité. Les thés de luxe du Japon se font de plus en plus rare sur place.

EPICES PURES, GRAINES ET SEL

Bonne demande courante.		
Nous cotons:		
Allspice, moulu	lb.	0.15 0.18
Anis	"	0.08 0.00
Canary Seed	"	0.06½ 0.07½

Cannelle, moulue	"	0.20 0.24
Cannelle en mattes	"	0.18 0.22
Clous de girofle moulus	"	0.26 0.33
Chicorée canadienne	"	0.12 0.13
Clous de girofle entiers	"	0.22 0.30
Colza	"	0.06 0.08
Crème de tartre	"	0.22 0.23
Gingembre moulu	"	0.20 0.30
Gingembre en racine	"	0.17 0.20
Graine de lin non moulu	"	0.04 0.05
Graine de lin moulue	"	0.06 0.07
Graine de chanvre	"	0.05½ 0.07
Macis moulu	"	0.00 0.90
Mixed spices moulues	"	0.18 0.22
Muscade	"	0.20 0.35
Muscade moulue	"	0.00 0.50
Piments (clous ronds)	"	0.07½ 0.10
Poivre blanc rond	"	0.25 0.27
Poivre blanc moulu	"	0.23 0.27
Poivre noir rand	"	0.15 0.17
Poivre noir moulu	"	0.16 0.20
Poivre de Cayenne pur	"	0.21 0.25
Whole pickle spice	"	0.16 0.20
Sel fin en sac		1.35
Sel fin en ¼ de sac		0.00 0.45
Sel fin, quart, 3 lbs.		0.00 3.25
Sel fin, quart, 5 lbs.		0.00 3.15
Sel fin, quart, 7 lbs.		0.00 3.05
Sel fin, en quart de 280 lbs.		
Ordinary fine	0.00	1.80
Fine	0.00	2.05
Dairy	0.00	2.15
Cheese	0.00	2.45
Gros sel, sac	0.65	0.80

ORGE

Légumes secs.

Nous cotons:		
Orge mondé (pot), sac	0.00	3.10
Orge mondé (pot), baril	0.00	6.50
Fèves de Lima de Cal., lb.	0.06½	0.07
Orge mondé (pearl), sac	0.00	4.85
Fèves blanches, Can., lb.	0.03	0.03½
Fèves jaunes	minot	2.00 2.10
Lentilles rouges, par sac, lb.	0.05	0.06
Lentilles vertes, par sac, lb.	0.06	0.07
Pois Verts, No 1	lb.	0.05 0.05½
Pois cassés, le sac		0.04 0.04½
Blé-d'Inde à soupe, cassé, le sac	0.00	2.10

RIZ

La demande est bonne.		
Nous cotons:		
Riz importés:		
Riz Patna, sacs de 112 lbs., suivant qualité	lb.	0.05½ 0.06
Riz Carolina		0.08 0.09
Riz moulu		0.00 0.06
Riz soufflé (puffed) cse de 36 paquets de 2 pintes		0.00 4.25
Riz décortiqués au Canada:		
Les prix ci-dessous s'entendent f.o.b. Montréal.		
Qualité B, sac 250 lbs.	0.00	3.35
Qualité C, sac 100 lbs.	0.00	3.25
Sparkle	0.00	5.10
India Bright (sac de 100 lbs)	0.00	3.50
Lustre	0.00	3.60
Polished Patna	0.00	4.40
Pearl Patna	0.00	4.60
Imperial Glacé Patna	0.00	4.90
Crystal Japan	0.00	5.10
Snow Japan	0.00	5.30
Ice Drips Japan	0.00	5.45

FRUITS SECS

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

CONSERVES ALIMENTAIRES

Conserves de Légumes

Très bonne demande.			
Nous cotons:			
	No 1	No 2	
Asperges (Pointes), 2 lbs.	2.05	3.00	
Asperges entières can., 2 lbs.	0.00	2.50	
Asperges Californie, 2½ lbs.	0.00	3.50	

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

Conserves de fruits

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

Conserves de poissons

Très bonne demande.			
Nous cotons:			
Anchois à l'huile (suivant format)	doz.	1.60	4.50
Caviar	½ lb. doz.	3.60	3.75
Caviar	¼ lb. doz.	7.00	7.20
Crabes	1 lb. doz.	3.75	3.00
Crevettes en saumure, 1 lb.		0.00	1.60
Crevettes sans saumure, 1 lb.		0.00	1.80
Finnan Haddies	doz.	1.35	1.40
Harengs frais, importés, doz.		1.15	1.20
Harengs marinés, imp. "		1.40	1.65
Harengs aux Tom., imp. "		1.35	1.40
Harengs kippered, imp. "		1.45	1.70
Harengs canadiens kippered		0.95	1.00
Harengs canadiens, sauce tomates		0.95	1.00
Homards, bte plate, 1 lb. "		5.75	5.80
Homards, bte plate, ½ lb. "		3.05	3.10
Homards, bte h., 1 lb. "		5.40	5.50
Huitres (solid meat), 5 oz.		0.00	1.40
Huitres (solid meat), 10 oz., doz.		0.00	2.00
Huitres	1 lb.	0.00	1.50
Huitres	2 lb.	0.00	2.45
Maquereau, tin 1 lb., la doz.		0.00	1.45
Morue No 2	lb.	(manque)	
Morue grosse en quart lb.		(manque)	
Royans aux truffes et aux achards	bte	0.17	0.18
Sardines can. ½ bte, cse		2.75	3.00
Sardines françaises, ½ btes		0.16½	0.31
Sardines françaises, ¼ btes		0.22	0.50
Sardines Norvège, ¼ bte		7.50	11.00
Sardines Norvège, ½ bte		17.00	18.00
Sardines Royan à l'huile, ½		0.40	0.42
Sardines sans arêtes		0.23	0.24
Saumon Labrador 100 lbs.		0.00	8.50
Saumon Cohoes, Fraser River, 1 lb.		0.00	1.90
Saumon rouge:			
Horse Shoe et Clover Leaf, boîte basse, ½ lb.	doz.	0.00	0.90
Horse Shoe et Clover Leaf, boîte plate, 1 lb.	doz.	0.00	2.90
Saumon rouge Sockeye (Rivers' Inlet), bte haute, 1 lb.	doz.	(manque)	
Saumon rouge du printemps, bte haute, 1 lb.	doz.	0.00	2.35
Saumon Humpback, 1 lb.	doz.	0.00	0.95
Truite des mers 100 lbs.		0.00	7.00
HARENGS DU LABRADOR			
Quarts		5.25	
½ quarts		3.00	
FROMAGES IMPORTES			
Bonne demande.			
On cote le fromage de Gruyère:			
Fromage entier de 26½ lbs. ou de 80 lbs., 28c à 30c la livre.			
En quantité moindre, 28c la livre			
Le fromage de Roquefort se vend de 32c à 33c la lb. et le Limbourg, 24c la livre.			
On cote encore:			
Gorgonzola	lb.	0.25	
Edam	"	0.23	
PRODUITS CHIMIQUES ET DROGUES			
Nous cotons:			
Acide borique, brls de 336 lbs., lb.		0.10	
Alun. barils de 336 lbs.		0.01½	
Alun. barils de 112 lbs.		0.02	
Arcanson, lb.		0.03½	0.04½
Blanc de céruse, brls de 336 lbs.			
Bois de campêche, pqt de ½ lb.		0.03½	

100 lbs.	0.65
Borax en cristaux, brls de 330 lbs.	0.05 0.00
Boules à mites	0.00 0.00
Camomille	0.00 0.40
Camphre (Extrait de):	
boîtes de 12 lbs.	0.00 0.08
btes 24 lbs., pqt 1 lb.	0.00 0.08½
Camphre, la livre	0.00 0.75
Carbonate d'ammoniaque, brls 112 lbs., 4 lbs.	0.15 0.20
Cire blanche lb.	0.40 0.45
Couperose, brls 370 lbs.	0.01 0.02
Crème de tartre lb.	0.24 0.24
Gélatine rouge en feuilles	0.60 0.60
Gélatine blanche en feuilles	0.35 0.35
Gélatine Knox en feuil., doz.	1.25 1.30
Gomme arabique lb.	0.15 0.16
Houblon pressé, lb. (manque)	
Lessive commune doz.	0.35 0.35
Lessive commune grosse	3.75 3.75
Paraffine pour cierges, lb.	0.10 0.12
Plâtre à terre, sac 100 lbs., sac	0.70 0.70
Poudre insecticide lb.	0.00 0.50
Résine blanche	0.03½ 0.05
Résine G., suiv. quant.	0.02½ 0.04
Salpêtre en cristaux, brls 112 lbs.	0.05 0.06
Sel à Médecine	0.01 0.02
Sel d'Epsom sac 224 lb.,	0.01½ 0.03
Soda à pâte, 112 lbs.	0.00 2.00
Soda à laver:	
Sacs 224 lbs., 100 lbs.	0.75 0.80
Soude caustique en mor. lb.	0.00 0.02½
Soufre en bâtons, brls 336 lbs.	0.01½ 0.03
Soufre moulu sacs 112 lb.	1.65 1.70
Tourteaux de lin moulu, sac	1.60 1.70
Vitriol, brls	0.06½ 0.07

BOUGIES, CIERGES ET HUILES DE SANCTUAIRE

Nous cotons:

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

PLATS EN BOIS

Nous cotons:

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

CUVETTES EN BOIS

Nous cotons:

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

BALAIS

Nous cotons:

A longs manches	0.00 2.65
Avec manches ordinaires	La doz.
2 cordes	0.00 2.40
3 cordes	0.00 2.50
4 cordes	0.00 2.75
5 cordes	0.00 3.50
Le papier manille, 13 x 17, est coté 20c.	

EPINGLES A LINGE

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

PAPIER D'EMBALLAGE

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

Papier brun en rouleaux 0.03
MECHES, BRULEURS ET VERRÉS DE LAMPES

Nous cotons:

Meches No 2	lb.	0.22
Meches No 2	"	0.15
Meches No 0	"	0.12
Bruleurs No 2	doz.	0.85
Bruleurs No 1	"	0.05
Bruleurs No 0	"	0.05
Bruleurs, dessus verre (A)	"	1.05
Bruleurs, dessus verre (B)	"	1.00
Cheminées (climax) No 2	"	0.60
Cheminées (climax) No 1	"	0.45
Cheminées (climax) No 0	"	0.45
Cheminées (Bonanza) No 2	"	0.95
Cheminées (Bonanza) No 1	"	0.75

SAVON DE CASTILLE

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

GRAISSE A ROUES

On cote:

Graisse Impérial, en lots de grosse	doz.	0.57½
Caisse de 4 doz.	"	0.60
Graisse au mica,		
Boîtes de 1 lb. (par 3 doz.)		
doz.	0.90	0.95
Boîtes de 3 lbs. (par doz.)	doz.	2.25

HUILE D'OLIVE

Nous cotons:

Huile Loublon:

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

HUILE DE CASTOR

Nous cotons:

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

HUILE DE FOIE DE MORUE

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

HUILE DE COTON

Nous cotons:

Au baril	0.95	1.10
----------	------	------

HUILE DE RICIN PHARMACEUTIQUE

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

VASELINE

Nous cotons:

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

BALAIS

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

HUILE DE PETROLE

Nous cotons:

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

GRAINS ET FARINES

Marché de Chicago

En raison de l'humidité dans les

champs du Dakota et du Minnesota, le marche a un peu faibli ces jours-ci. Le blé était en baisse de ¼c à ½c.

Le maïs était à peu près au même niveau que la semaine dernière. L'avoine était en réaction de ¾c à ½c. Les rapports suivant lesquels le blé dans l'Ouest canadien serait en retard de près de trois semaines et aurait à souffrir du froid et de la sécheresse, n'ont pas produit grande impression sur le marché. Le prix de l'avoine a fléchi en raison des pluies qui deviennent de plus en plus générales.

Nous cotons:

Marché de Montréal

Grains

Le blé du Manitoba a été plus recherché ces jours derniers par les acheteurs étrangers, et les câblogrammes indiquaient des offres plus élevées de 1½ d. à 3 d. par quarter (8 boisseaux); néanmoins, ces offres étaient inférieures encore de 1c à 2c par boisseau aux prix d'ici.

D'un autre côté, les offres parvenues par les câblogrammes étaient plus faibles en ce qui concernait l'avoine. Les prix offerts indiquaient une baisse de 1½ d. à 3 d. par quarter. Il n'y a pas eu d'amélioration pour la demande, soit de la part des acheteurs locaux, soit de la part des acheteurs de la campagne pour les grains grossiers et le marché est morne; l'avoine No 2 de l'Ouest canadien est offerte, en lots de wagons, de 41c à 41½c, le No 1 extra pour fourrage à 41c le No 1 pour fourrage à 41c le boisseau, ex-magasin. Le maïs jaune No 2 américain de la dernière récolte est coté, en lots de wagons, de 64½c à 65c; le No 3 jaune de la nouvelle récolte est coté de 63½c à 64c le boisseau, ex-magasin.

Nous cotons:

Avoine C.W. No 1 Ext. Feed	0.40½	0.41
Avoine C.W. No 2	0.41½	0.42
Avoine C. W. No 9	0.40	0.41
Avoine Qué. et Ont. No 2	manque	
Avoine Qué. et Ont. No 3	0.00	0.36
Avoine Qué. et Ont. No 4	manque	
Sarrasin (48 lbs.)	0.54½	0.55½
Blé-d'Inde séché au four	0.00	0.67
Blé-d'Inde jaune No 3	0.65	0.66
(Blé-d'Inde nouveau.)		
Orge moulée		manque

Marché de Montréal

Farines

La farine de blé de printemps a été assez recherchée ces jours-ci par les acheteurs européens; les offres étaient de 25 s. 6 d. en moyenne pour les patentes d'exportation; ce prix étant, d'après les meuniers, trop bas de 9 d. à 1 s., il n'y a pas eu de vente et le marché reste très calme. Les acheteurs canadiens continuent à acheter des lots de wagons et le volume des affaires est assez considérable. Le ton du marché reste soutenu; les premières patentes se vendent à \$5.60; les deuxièmes à \$4.90 le baril, en sacs. Pas de changement pour la farine de blé d'hiver; la demande est plutôt calme à raison de \$5.25 pour les patentes de choix et de \$4.75 à \$4.85 pour les tsraight rollers, le baril, en baril.

Nous cotons:

Issues de blé et avoine roulée

Le marché continue à être calme pour les issues de blé, la demande reste bien limitée et elle ne porte guère que sur les lots mélangés, de wagons. Le son se vend à \$18, les shorts à \$21, les middlings de \$22 à \$23 la tonne, sacs compris. Les moulées sont calmes aussi, mais le ton du marché est soutenu. Moulée pur grain, \$32 à \$33; moulée mélangée \$27 à \$29 la tonne. Pas de changement notable pour les avoines roulées, \$4.35 le baril, en baril, et \$2.05 le sac. Farine de maïs, vente lente à \$3.75 le baril, en baril, et à \$1.85 le sac.

Nous cotons:

Patentes du printemps:

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

Fortes à Boulanger:

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

Patentes d'Hiver:

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

Farine de blé-d'Inde blanc pour boulangers, 2 sacs	4.40
Farine de blé-d'Inde pour engrais 2 sacs	4.50

Farine d'avoine:

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

Issues de blé:

Son Man., au char, tonne	18.00
Gru Man., au char, tonne	21.00
Middlings d'Ontario, au char, tonne	27.00 28.00
Moulée pure, au char	32.00 34.00
Moulée mélangée, au char	30.00 31.00

FOIN PRESSE ET FOURRAGE

Marché de Montréal

Nous cotons comme suit, au char:	
Foin pressé No 1	13.00 14.00
Foin pressé No 2 extra	11.50 12.00
Foin pressé No 2 bon	10.00 11.00
Foin pressé No 3	9.00 10.00
Foin mélangé de trèfle	10.00 11.00

Marché anglais

BEURRE

MM. Mills & Sparrow nous écrivent de Londres à la date du 9 mai 1913:

Le commerce a été plutôt calme, cette semaine. Il y a une assez bonne fabrication dans la campagne, ce qui aide à subvenir aux besoins locaux. Le temps a été frais et pluvieux.

Australien. — Il y en a eu bien peu de disponible, cette semaine; environ 7,000 boîtes arrivées par le vapeur "Moldavid", mais il y reste un assez fort stock de la semaine dernière, contenant surtout du beurre de seconde qualité, les beurres de première qualité se sont bien vendus. Par malheur, en ce moment il y a très peu de demandes pour le beurre de deuxième qualité, excepté à des prix relativement bas que les agents ne semblent pas disposés à accepter. C'est bien dommage qu'il n'y ait pas plus de beurre de très bonne qualité sur le marché, car les acheteurs seront forcés d'en faire venir d'autres pays.

Néo-Zélandais. — Les beurres, à bord du vapeur "Arawa" ont été placés sur le marché, cette semaine, et ont été très recherchés. La qualité semble très bon-

ne et nous pensons que ces beurres se liquideront facilement.

Danois. — La production continue à être plus forte que l'an dernier et pour trouver le placement de cet excédent de production, il faut accepter des prix plus bas. La cote a été par suite réduite hier de 3 kroners.

Sibérien. — Ce beurre semble être le moins cher du marché en ce moment, en raison surtout de sa couleur blanche en nombre de cas, bien que la qualité soit excellente, mais les acheteurs, habitués au beurre de couleur-jaune, n'en veulent pas. Le total, des arrivages, cette semaine, a été inférieur d'environ 2,000 tonnes à celui de la semaine précédente, mais cette quantité est plus que suffisante pour répondre à la demande qui est limitée.

Nous cotons:

Danois:—			
1er Choix	112/	115/	
Sibérien:—			
1er Choix	98/	102/	
Très bonne qualité	94/	96/	
Bonne qualité	90/	92/	
Irlandais:—			
Salé	110/	112/	114/
Sans sel	112/	114/	116/

Victorien:—			
1er Choix, salé	106/	108/	
Très bon, salé	100/	104/	
Bon, salé	94/	96/	
1er Choix, sans sel	108/	112/	
Très bon, salé	100/	104/	

Nouvelles Galles du Sud:—			
1er Choix, salé	106/	108/	
Très bon, salé	98/	102/	
Bon, salé	94/	96/	
1er Choix, sans sel	106/	108/	110/

Queensland:—			
1er Choix, salé	104/	106/	
Très bon, salé	98/	100/	
Bon, salé	94/	96/	
1er Choix, sans sel	106/	108/	
Très bon, sans sel	96/	100/	
Bon, sans sel	94/	96/	

Néo-Zélandais:—			
1er Choix, salé	112/	114/	
Très bon, salé	106/	110/	
1er Choix, sans sel	112/	114/	116/
Argentine:—			
1er Choix, salé	104/	106/	
1er Choix, sans sel	106/	108/	

LES FROMAGES DE QUEBEC.

La vente de beurre effectuée au Board of Trade, le 16 mai, par M. Aug. Trudel, gerant de la Société Coopérative Agricole des Fromagers de Québec, a donné les résultats suivants:

Quant.	Qual.	Acheteur	Prix
312	No 1 Choix	MM. J. Alexander	Ltée. 26½c
257	No 2 Choix	MM. J. Alexander	Ltée. 26c

FROMAGE.

Marché de Montréal

Haut choix, de l'Ouest courant	11¼c à 12c
Haut choix, de l'Ouest octobre	12½c à 12¾c
Haut choix, de l'Ouest septembre	13c à 13¼c

Prix vendants aux épiciers

Fromage fort, blanc, à la meule	17c
au morceau	18c
Fromage de Gruyère	27c à 28c
Fromage Oka	23c

Marché anglais

FROMAGE

MM. Mills & Sparrow nous écrivent de Londres à la date du 9 mai 1913:

Les affaires ont été très peu actives, les acheteurs ayant amassé un approvisionnement assez fort pour répondre à tous leurs besoins, la semaine dernière. Les prix restent soutenus, cependant, et il ne semble qu'il y ait aucune raison pour que ces prix fléchissent, car on s'attend à plus de demandes après les congés.

Nous cotons:

Canadien:—			
1er Choix, blanc	62/	64/	
Très bonne qualité	59/	61/	
1er Choix, coloré	61/	63/	
Très bonne qualité	59/	60/	
Néo-Zélandais:—			
Blanc	58/	59/	
Coloré	56/	57/	

OEUFS

L'emballage en frigorifique bat son plein.

Marché de Montréal

No 1	22c
No 2	20c
Strictement frais, choisis	25c
Strictement frais, en boîtes en cartons d'une douzaine, la doz., par caisse de 30 douzaines	27c

Marché de Montréal

BEURRE

Haut choix, de crèmerie, frais, solide	27½c
Choix, de crèmerie, frais, blocs d'une livre	28c
Seconds, de crèmerie, solide	26c
Seconds, de crèmerie, blocs d'une livre	26½c
Beurre de ferme	23c à 24c
Beurre de ferme en rouleaux	23c à 24c

PEAUX VERTES

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

LEGUMES

Céleri, la douz.	0.00	1.00
Betteraves, le sac	0.00	1.00
Carottes, la poche	0.00	1.00
Oignons Egyptiens, crate	0.00	2.50
Navets, le sac	0.00	1.25
Panais, la poche	0.00	1.00
Patates, le sac de 90 lbs	0.00	0.85
Persil, la doz.	0.25	0.30
Poireaux, la douz.	0.20	0.40
Raifort, la lb.	0.40	0.45
Salade de Montréal, doz.	0.00	0.60
Haricots verts, panier	0.35	0.40
Haricots jaunes, panier	0.35	0.40

FRUITS VERTS

Bananes, régime	2.50	2.75
Jumbo	0.00	2.75
Citrons Messine (300c)	0.00	3.25
Oranges Valence No 420	0.00	5.25
Russette	0.00	4.60
Spy	0.00	5.50
Ben-Davis	3.50	4.00

(Ferronnerie) Marché de Montréal

LA SITUATION.

On continue à remarquer une très grande activité dans le commerce de la ferronnerie et de la quincaillerie. Le marché reste ferme, sans qu'aucun changement notable ait été constaté dans les prix. Les collections deviennent de jour en jour plus satisfaisantes. Les commandes provenant de la campagne sont très nombreuses et importantes. En ce qui concerne les importations, on signale l'arrivée d'assez fortes cargaisons de vitres, surtout de Belgique. Les commandes provenant des besoins des entrepreneurs-construc-teurs sont moins importantes cette année dans certains quartiers que l'an dernier à pareille époque. Les prêteurs sont rares et bien des entreprises se trouvent de ce fait retardées. En ce qui concerne la question des communications, il y a eu amélioration satisfaisante dans l'état des chemins.

Nous cotons:

PLOMBERIE

Tuyaux de plomb

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

Tuyaux de renvoi en font et accessoires

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

Tuyaux en fer

Nous cotons, prix de la liste:	
1/4	100 pieds 6.00
3/8	100 pieds 6.00
1/2	100 pieds 8.50
3/4	100 pieds 11.50
1	100 pieds 17.00
1 1/4	100 pieds 23.00
1 1/2	100 pieds 27.50
2	100 pieds 37.00
2 1/2	100 pieds 58.50
3	100 pieds 76.50
4	100 pieds 109.00
3 1/2	100 pieds 92.00

Tuyaux galvanisés

Nous cotons, prix de liste:	
1/4	100 pieds 6.00
3/8	100 pieds 6.00
1/2	100 pieds 8.50
3/4	100 pieds 11.50
1	100 pieds 17.00
1 1/4	100 pieds 23.00
1 1/2	100 pieds 27.50
2	100 pieds 37.00
2 1/2	100 pieds 58.50
3	100 pieds 76.50
3 1/2	100 pieds 92.00
4	100 pieds 109.00

Les escomptes sont les suivants:

Tuyaux noirs: 1/4 pouce et 3/8 pouce, 63 p.c.; 1/2 pouce, 69 p.c.; 3/4 à 4 pouces, 72 1/2 p.c.

Tuyaux galvanisés: 1/4 à 3/8 pouce, 48 p.c.; 1/2 pouce, 59 p.c.; 3/4 à 4 pouces, 62 1/2 p.c.

Tuyaux en acier

2 pouces	100 pieds 9.60
2 1/2 pouces	100 pieds 12.25
3 pouces	100 pieds 13.30
3 1/2 pouces	100 pieds 15.55
4 pouces	100 pieds 19.80

Fer-blanc Charcoal
Nous cotons: 1 c. 14 x 20 4.65

Fer-blanc en feuilles
X. Extra par X et par cse 1.00
suivant qualité.

(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)
Au coke — Lydbrook ou égal

1C, 14 x 20, base bte 4.45
(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)

Au Charbon—Terne-Dean ou égal
1C, 20 à 28 bte 8.25
(Caisse de 112 feuilles, 216 lbs. net)

(Caisse de 560 lbs.)
XX, 14 x 60, gauge 26 lb. 0.07 0.07 1/2

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

Tôles galvanisées "Canada"
Nous cotons: 52 feuilles, \$4.75; 60
feuilles, \$5.00.

Tôles noires

Feuilles:

22 a 24	2.65
26	2.75
28	2.85

Tôles galvanisées
Nous cotons à la caisse:

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

Les prix de la marque Comet sont plu-tôt à la hausse.

Apollo
10 1/2 oz=28 Anglais 4.35
28 G.=Anglais 4.10
26 G. 3.85
24 G. 3.60
22 G. 3.60

16 à 20 G. 3.45
Moins d'une caisse, 25c de plus par
100 livres.

28 G. Américain équivaut à 26 G. An-glais.

l' petite tôle 18 x 24 52 feuilles 4.45
Petite tôle 18 x 24 60 feuilles 4.70

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

QUINCAILLERIE
Boulons et noix

Très ferme et à la hausse.
Nous cotons:

Boulons à voitures Norway (\$3.00) 50
et 10 p.c.—
Boulons à voitures carrés (\$2.40) 60 et
10 p.c.

Boulons à voitures (\$1.00): grandeurs, 3/8
et moindres, 60 et 10 p.c.; 7/16 et au-dessus, 55c.

Boulons à machine, 3/8 pce et au-dessous
60c.

Ball 100 lbs. 11.20
Boulons à machine, 7/16 pce et au-des-sous, 57 1/2c.

Boulons à lisse, 3/8 et plus petits, 60 et
55 et 10 p.c.

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

Noix par boîtes de 100 lbs.
Nous cotons:

Noix carrés 4c la lb. de la liste
Boulons à charrue, 50 et 10 p.c.

La broche barbelée est cotée \$2.42 1/2
les 100 livres à Montréal.

Crampes à clôtures
Fer poli \$2.60
Fer galvanisé 2.80

Broches pour poulaillers
3/4 x 20 x 30" 4.10
3/4 x 30 x 30" 4.75
1/2 x 22 x 24" 5.00
1/2 x 22 x 30" 6.30
L'escompte est de 50 p.c. sur la liste.
3/8 x 20 x 24" 3.40
1/2 x 22 x 36" 7.50

Broche galvanisée, etc.
Nous cotons:

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

La demande est faible.
Nous cotons net:
Marché très ferme.
No 13, \$2.40; No 14, \$2.45, et No 15,
\$2.55. Broche à foin en acier coupé de
longueur, escompte 25 p.c. sur la liste.

Plaques d'acier
1/2 pouce 100 livres 2.40
3/16 pouce 100 livres 2.70

Zinc en feuilles
Le marché est ferme.
Nous cotons: \$8.75 à \$9.00 les 100 lbs.

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

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

Broquettes
Pour boîtes à fraises 75 et 12 1/2 p.c.
Pour boîtes à fromage 85 et 10 p.c.
A valises 80 et 12 1/2 p.c.
A tapis, bleues 80 p.c.
A tapis, étamées 80 et 15 p.c.
A tapis, en barils 40 p.c.
Coupées bleues, en doz. 75 et 12 1/2 p.c.
Coupées bleues et 1/4 pe-
santeur 60 p.c.
Sweden, coupées, bleues
et ornées, en doz. 75 p.c.
A chaussures, en doz. 50 p.c.
A chaussures, en uqts 1 lb. 60 et 10 p.c.

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

Clous coupés
Nous cotons: prix de base, \$2.60 f. o.
b., Montréal.

Clous à cheval

Nous cotons par boîte: No 7, \$2.90; No 8, \$2.75; No 9, \$2.60; No 10, \$2.50, avec escompte de 10 p.c.

Fers à cheval

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

Fers ordinaires et pesants, le qrt 3.90 4.15
Neverslip crampons 7/16, le cent 2.40
Neverslip crampons $\frac{1}{2}$, le cent 2.60
Neverslip crampons 9/16, le cent 2.80
Neverslip crampons 5/16, le cent 2.00
Neverslip crampons $\frac{3}{8}$, le cent 2.20
Fer à neige, le qrt 4.15 4.40
New Light Pattern, le qrt 4.35 4.60
Fer "Toe Weight" No 1 à 4 6.75
Featherweight No 0 à 4 5.75
Fers assortis de plus d'une grandeur au baril, 10c à 25c extra par baril.

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
 $\frac{1}{2}$ exact 3 6.50
 $\frac{1}{2}$ 6.50
5/16 4.40
 $\frac{3}{8}$ 3.90
7/16 3.80
 $\frac{1}{2}$ 3.70
9/16 3.60
 $\frac{5}{8}$ 3.40
 $\frac{3}{4}$ 3.30
1 3.30
 $\frac{1}{2}$ 3.30

Vis à bois

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

Fanaux

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

Peints, 50c extra par doz.

Tordeuses à linge

Nous cotons:
Royal Canadian doz. 47.75
Colonial doz. 52.75
Safety doz. 56.25
E. Z. E. doz. 51.75
Rapid doz. 46.75
Paragon doz. 54.00
Bicycle doz. 60.50

Moins escompte de 20 p.c.

Munitions

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

Plomb de chasse

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

METAUX**Antimoine**

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

Fonte

Nous cotons:
Carron Soft 25.50
Clarence No 3 24.50

Fer en barre

Plus ferme.
Nous cotons:

Fer marchand base 100 lbs. 2.15
Fer forge base 100 lbs. 2.30
Fer fini base 100 lbs. 2.40
Fer pour fers à cheval base 100 lbs. 2.40
Feuillard mince $1\frac{1}{2}$ à 2 pcs base 3.20
Feuillard épais No 10 base 2.25

Acier en barre

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

Cuivre en lingots

Le marché est fort.
Nous cotons \$18.75 les 100 lbs. Le cuivre en feuilles est coté à 27c la livre.

Etain en lingots

Nous cotons: 55c à 55 $\frac{1}{2}$ les 100 livres.
Ce métal se fait de plus en plus rare sur les marchés primaires et les expéditions diminuent.

Plomb en lingots

Plus fort.
Nous cotons: \$5.25 à \$5.50.

Zinc en lingots

La demande est très forte.
Nous cotons: \$7.50 à \$7.75 les 100 livres.

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

Forte demande et rare.
Nous cotons au gallon, prix nets: huile de bouillie 63c, huile crue 60c.

Huile de loup-marin

Nous cotons au gallon:
Huile extra raffinée 70c

Essence de térébenthine

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

Blanc de plomb

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

Pitch

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

Peintures préparées

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

Verres à Vitres

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

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

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

Vert de Paris pur

Forte demande.

Étuis à pétrole 0.00 0.19
Drum de 50 à 100 lbs. 0.00 0.20 $\frac{1}{2}$
Drum de 25 lbs. 0.00 0.20 $\frac{1}{2}$
Boîtes de papier, 1 lb. 0.00 0.22 $\frac{1}{2}$
Boîtes de papier-blanc, 1 lb. 0.00 0.23 $\frac{1}{2}$
Boîtes papier, $\frac{1}{2}$ lb. 0.00 0.24 $\frac{1}{2}$
Boîtes fer-blanc, $\frac{1}{2}$ lb. 0.00 0.25 $\frac{1}{2}$

Câbles et cordages

Best Manilla base lb. 0.00 0.17
British Manilla base lb. 0.00 0.13
Sisal base lb. 0.00 0.12
Lathyrn simple base lb. 0.00 0.12
Lathyrn double base lb. 0.00 0.12 $\frac{1}{2}$
Jute base lb. 0.00 0.11
Coton base lb. 0.00 0.25
Corde à châssis base lb. 0.00 0.34

Papiers de Construction

Très ferme.
Nous cotons:
Jaune et noir, pesant 0.00 1.80
Jaune ordinaire, le rouleau 0.00 0.35
Noir ordinaire, le rouleau 0.00 0.43
Goudronné, les 100 lbs. 0.90 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

$1\frac{1}{2}$ pouce 0.67
 $1\frac{3}{4}$ pouce 0.75
2 pouces 0.81
rils, sur char 2.10
 $2\frac{1}{2}$ pouces 0.92
 $2\frac{3}{4}$ pouces 1.07
3 pouces 1.30

Nos 800 et 838

1 pouce 0.32
 $1\frac{1}{4}$ pouce 0.37
 $1\frac{1}{2}$ pouce 0.48
 $1\frac{3}{4}$ pouce 0.59
2 pouces 0.67
 $2\frac{1}{4}$ pouces 0.76
 $2\frac{1}{2}$ pouces 0.81
 $2\frac{3}{4}$ pouces 0.95
3 pouces 1.07
 $3\frac{1}{2}$ pouces 1.40
4 pouces 2.12
Même escompte que pour toutes les charnières d'acier poli.

FERRAILLES

La lb.
Cuivree fort et fil de cuivre 0.00 0.11
Cuivre mince et fonds en cuivre 0.00 0.09
Laiton rouge fort 0.00 0.10
Laiton jaune fort 0.00 0.08
Laiton mince 0.00 0.06
Plomb 0.02 $\frac{1}{2}$ 0.02 $\frac{1}{2}$
Zinc 0.00 0.03

La tonne

Fer forgé No 1 0.00 12.50
Fer fondu et débris de machines No 1 0.00 16.00
Plaques de poêle 0.00 12.50
Fontes et aciers malléables 0.00 9.00
Pièces d'acier 0.00 5.00

PLATRE

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

LA CONSTRUCTION

Durant la semaine terminée le 17 mai, la ville a émis 131 permis de construire au coût total de \$479,463 pour les nouvelles constructions, et de \$114,800 pour les réparations.

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

Quartier	Coût
Ahuntsic	\$3,000
Bordeaux	10,300
Delorimier	9,300
Duvernay	5,350
Emard	6,425
Hochelaga	20,860
Lafontaine	16,350
Laurier	133,100
Longue-Pointe	158,000
Mont-Royal	350
Notre-Dame de Grâces	19,500
Ouest	2,900
Papineau	16,650
Rosemont	2,000
St-André	1,000
Ste-Anne	300
Ste-Cunégonde	20
St-Denis	63,938
St-Gabriel	9,800
St-Georges	28,000
St-Henri	20,700
St-Jacques	30,000
St-Jean-Baptiste	16,025
St-Joseph	8,125
St-Louis	8,850
Ste-Marie	2,420
St-Paul	1,000
	\$594,263

Rue Esplanade, quartier Laurier; 6 maisons, 18 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$30,000. Propriétaire, Beaudoin, Ubald, 1959 Mance.

Rue St-Urbain, quartier Laurier; 2 maisons, 6 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$10,000. Propriétaire, Alf. Cossette, 2470 St-Urbain.

Rue St-Denis, quartier St-Denis; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 2e classe; coût prob. \$8,000. Propriétaire, Alp. Verville, M. P., Montréal.

Rue Orléans, quartier Rosemont; 1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$1,000. Propriétaire, Demers, O., 2010 Jeanne d'Arc.

Rue Cartier, quartier Papineau; 3 maisons, 9 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$6,000. Propriétaire, Chs. Larin, Jr., 468 Parc Lafontaine.

Rue Décarie, quartier Notre-Dame de Grâces; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$6,500. Propriétaire, G. Dallaire, 246 Porisard.

Rue Cartier, quartier St-Denis; 1 maison, 6 logements, 3 étages, 3e classe;

coût prob. \$2,000. Propriétaire, F. Paré, 1165 Cartier.

Rue Mazarin, quartier Emard; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,000. Propriétaire, V. Deslauriers, 119 De Courcelles.

Rue Ogilvy, quartier Notre-Dame de Grâces; 2 maisons, 4 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$6,000. Propriétaire, Félix Turgeon, 10 Coolbrook.

Rue Hamilton, quartier Emard; 2 maisons, 2 magasins, 4 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, Leboeuf, 249 Hamilton.

Rue Beaubien, quartier Emard; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$1,800. Propriétaire, Jos. U. Létourneux, 415 Hamilton.

Rue Maisonneuve, quartier Papineau; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$4,300. Propriétaire, Avila Dufort, 288 Maisonneuve.

Rue Gilford, quartier St-Denis; 1 maison, 2 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$8,000. Propriétaire, Art. Martineau, 360 Gilford.

Rue Ropery et St-Patrice, quartier St-Gabriel; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$2,200. Propriétaire, P. Sauvé, 223 Ropery.

Rue Garnier, quartier St-Denis; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$5,000. Propriétaire, P. J. Charlebois, 1234 St-Hubert.

Ave Clifton, quartier Notre-Dame de Grâces; 2 maisons, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$7,000. Propriétaire, C. Lewis, 120 Boul. Grand.

Rue Ssplnade et St-Viateur, quartier Laurier; 1 maison, 3 étages, 2e classe; coût prob. \$10,000. Propriétaire, S. Rosenveesen, 182 Peel.

Rue de Lévis, quartier Hochelaga; 1 maison, 4 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, H. D. Booth, 196 Hogan.

Rue St-Dominique, quartier Laurier; 3 maisons, 9 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$7,500. Propriétaire, J. A. Duquette, 2939a St-Dominique.

Rue St-André, quartier St-Denis; 2 maisons, 4 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,500. Propriétaire, P. Saumure, 1222 Henri Julien.

Rue Parc Lafontaine, quartier St-Jean-Baptiste; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$7,000. Propriétaire, Jos. Dagenais, 332 Parc Lafontaine.

Rue St-Hubert, quartier Lafontaine; 2 maisons, 6 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$15,000. Propriétaire, H. Paquin, 258 De Lanaudière.

Rue Ropery, quartier St-Gabriel; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$4,500. Propriétaire, A. Charlebois, Ste-Marthe.

Rue Delorimier, quartier Delorimier; 1 maison, 1 écurie, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,000. Propriétaire, Mme Monty, 1080 Delorimier.

Rue Drolet, quartier St-Denis; 2 maisons, 2 logements, 3 étages, 3e classe;

coût prob. \$0,500. Propriétaire, Isaac Lavoie, 2396 Drolet.

Rue Henri Julien, quartier Laurier; 2 maisons, 4 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$3,500. Propriétaire, Isaac Lavoie, 2396 Drolet.

Rue St-Hubert, quartier St-Denis; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,000. Propriétaire, E. Foisy, 2390 Boyer.

Rue St-Charles, quartier St-Gabriel; 1 maison, 1 écurie, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$1,800. Propriétaire, O. Tremblay, 509 Centre.

Rue St-Antoine, en arrière du No 900, quartier St-Henri; 1 maison, 1 entrepôt, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$9,000. Propriétaire, Imperial Tobacco Co. Ltd, 900 St-Antoine.

Rue Chambly, quartier Hochelaga; 1 maison, 6 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$4,000. Propriétaire, A. Portelance, 489 Nicolet.

Rue de Gaspé, quartier St-Denis; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, E. Foisy, 2390 Boyer.

Rue Chabot, quartier Delorimier; 1 maison, 3 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, Omer Doyon, 321 Fabre.

Rue Bellerive, quartier Longue-Pointe; 1 maison, 1 église, 2e classe; coût prob. \$158,000. Propriétaire, L'Oeuvre et Fabrique, Longue-Pointe.

Rue Crémazie, quartier Bordeaux; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,000. Propriétaire, O. Lanthier, 255 Carrière.

Rue Jacques et Chestnut, quartier St-Henri; 4 maisons, 18 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$10,000. Propriétaire, Maurice Tessier.

Rue de Fleurimont, quartier St-Denis; 1 maison, 1 magasin, 2 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$7,000. Propriétaire, P. St-Denis, 2182 St-Hubert.

Rue Delaroche, quartier St-Denis; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, A. Lapointe, 1635 Chateaubriand.

Rue Hôtel de Ville, quartier St-Denis; 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,000. Propriétaire, N. Lavoie, 3530 Hôtel de Ville.

Rue Simard, quartier Delorimier; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$4,000. Propriétaire, H. Dubois, 1550 Chabot.

Boul. Gouin, quartier Ahuntsic; 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,000. Propriétaire, Jos. T. Dwane, 940 Boul. Gouin.

Rue Colonial, quartier St-Jean-Baptiste; 3 maisons, 9 logements, 3e classe; coût prob. \$7,500. Propriétaire, E. Kohan, 1727 Christophe Colomb.

Rue Visitation, quartier St-Jacques; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$15,000. Propriétaire, British Bdg. Co., 238 St-Jacques.

Ave du Parc, quartier Bordeaux; 2 maisons, 4 logements, 2 étages, 3e classe;

se; coût prob. \$5,000. Propriétaire, R.B. Eaton, 3186 Ave du Parc.

Rue Bennett, quartier Rosemont; 1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$1,000. Propriétaire, P. Nucrononi, 1027 Orléans.

Rue Hutchison, quartier Bordeaux; 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,000. Propriétaire, M. Blair, 3160 Hutchison.

Rue St-Valier, quartier St-Denis; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$4,000. Propriétaire, Ant. Jos. Delmotte, 2985 St-Hubert.

Rue Aylwin, quartier Hochelaga; 1 maison, 4 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, W. Bédard, 485 Aylwin.

Rue Chambly, quartier Hochelaga; 1 maison, 4 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$1,000. Propriétaire, Clovis Laganière, 485 Nicolet.

Rue Boyer, quartier St-Denis; 1 maison, 3 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,800. Propriétaire, Jean Albert Boyer, 1847 Boyer.

Boul. Rosemont, quartier St-Denis; 1 maison, 3 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,500. Propriétaire, R. Legris, Boul. Rosemont.

Rue Casgrain, quartier Laurier; 1 maison, 3 logements, 3 étages; coût prob. \$3,000. Propriétaire, A. Piché, 524 Casgrain.

Rue Casgrain, quartier Laurier; 6 maisons, 18 logements, 3 étages; coût prob. \$12,000. Propriétaire, A. Piché, 524 Casgrain.

Rue Montcalm et Dorchester, quartier St-Jacques; 2 maisons, 2 magasins, 5 logements; coût prob. \$15,000. Propriétaire, Wilfrid Bastien, 62 Dorchester Est.

Ave Bastien, quartier Ahuntsic; rép. 2 maisons, 1 logement, 2 étages; coût prob. \$1,000. Propriétaire, Trefflé Bastien, Ave Bastien, Ahuntsic.

Rue Chomedv, quartier St-André; rép. 1 maison, 1 logement, 2 étages; coût prob. \$1,000. Propriétaire, W. Walker, 38 Chomedv.

Rue Ste-Catherine Est, quartier St-Louis; rép. 1 maison, salle à diner, 2 étages; coût prob. \$6,000. Propriétaire, The Gravel Realty Co. Ltd., 60 Ste-Catherine Est.

Rue Charlevoix, quartier St-Gaziel; rép. 1 maison, 2 logements, 2 étages; coût prob. \$1,200. Propriétaire, O. Préfontaine, 810 Dorchester Ouest.

Ave Maple, quartier St-Joseph; rép. 1 maison, 1 entrepôt, 4 étages; coût prob. \$7,000. Propriétaire, Geo. C. Ryan, 545 Notre-Dame.

Rue Notre-Dame Est, quartier Hochelaga; rép. 1 maison, 1 manufacture, 4 étages; coût prob. \$6,000. Propriétaire, Dom. Textile Co. Ltd, 112 St-Jacques.

Rue Clark, quartier Laurier; rép. 1 maison; coût prob. \$50,000. Propriétaire, N. Timmens, Can. Express Bldg.

Rue de Gaspé, quartier Laurier; rép. 1 maison, 1 logement, 1 étage, 2e classe; coût prob. \$1,500. Propriétaire, J. Maurice, 814 de Gaspé.

Rue St-Urbain, quartier Laurier; rép. 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$1,000. Propriétaire, Jos Couvrette, Ste-Dorothée, Qué.

Rue St-Sacrement, quartier Ouest; rép. 1 maison, 3 étages, 2e classe; coût

prob. \$2,900. Propriétaire, Royal Exchange Ass. Co., 50 St-Frs-Xavier.

Rue Collège, quartier St-Henri; rép. 1 maison, 1 magasin, 3 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$1,000. Propriétaire, Jos. Lemoine, 2006 St-Jacques.

Rue Université, quartier St-Georges; rép. 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$4,000. Propriétaire, P. Beullac, 57 Royal Ins. Bldg.

Ave Laurier, quartier Laurier; rép. 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$4,000. Propriétaire, Lande Bros., 234 St-Laurent.

Boul. St-Laurent, quartier St-Louis; rép. 1 maison, 1 manufacture, 2½ étages; coût prob. \$1,200. Propriétaire, Sam. Berlin, 462 Ave Elm.

Rue Université, quartier St-Georges; rép. 1 maison, 1 magasin, 2 logements, 2 étages; coût prob. \$24,000. Propriétaire, Walter Paul, 56 Université.

Rue Ste-Catherine Est, quartier Ste-Marie; rép. 1 maison, 1 maison de rapport; coût prob. \$1,000. Propriétaire, Racette & Frères, 129 Panet.

Rue Marquette, quartier Duvernay; rép. 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,000. Propriétaire, C. E. Lamoureux, 171 Marquette.

Ventes par les Shérifs

DU 24 AU 30 INCLUSIVEMENT.

District de Joliette.

—Alphonse Gratton vs Delphis Gaudreault.

Une terre située dans la paroisse de Lachenaie connue et désignée sous le numéro 40 des plan et livre de renvoi officiel de la dite paroisse de Lachenaie, avec les maisons et bâtisses dessus érigées et les servitudes s'y rattachant.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de Lachenaie, le 27 mai 1913, à 10 heures a.m.

—Jérémie Soumis vs Cuthbert Fissette.
Un terrain connu et désigné aux plan et livre de renvoi officiels du cadastre de la dite paroisse sous le numéro 846.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Cuthbert, le 29 mai 1913, à 1 heure p.m.

District de Montréal.

—Laurendeau vs Emmanuel Persillier Lachapelle.

Un lot de terre sis et situé dans le quartier St-Jacques, avec bâtisses y érigées, circonstances et dépendances, étant la partie sud-est du lot numéro 19 sur le plan de la subdivision officielle du lot numéro 849.

Vente au bureau du Shérif, le 29 mai 1913, à 10 hrs a.m.

District de Roberval.

—Joseph St-Pierre vs Joseph Larouche et T. Garneau.

Les lots de terre connus et désignés sous les numéros 16D et 16E du premier rang aux plan et livre de renvoi officiels du cadastre du canton Taillon, avec bâtisses dessus érigées, circonstances et dépendances.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Henri de Taillon, le 28 mai 1913, à 11 heures a.m.

District de St-Hyacinthe.

—Joseph Adolphe Leclerc vs Joseph Bousquet.

L'immeuble portant les numéros 198-199 et 197 du cadastre officiel de la paroisse de St-Théodore d'Acton, comté de Bagot, avec les bâtisses y érigées; à distraire du No 197 une pointe de terre située sur la concession du septième rang.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Théodore d'Acton, le 27 mai 1913, à 10 hrs a.m.

District de Trois-Rivières.

—Albéric Villeneuve vs François Arthur Marcotte.

1° Un lot de terre situé en la paroisse de Sainte-Anne de la Pérade, dans le deuxième rang, village d'Orvilliers, connu et désigné sous le numéro 81 du cadastre d'enregistrement du comté de Champlain, pour la paroisse de Ste-Anne de la Pérade.

2° Un lot de terre situé en la dite paroisse, dans le 2ième rang, village d'Orvilliers, connu et désigné sous le No 83 du cadastre d'enregistrement du comté de Champlain, pour la paroisse de Ste-Anne de la Pérade.

3° Une lot de terre situé en la dite paroisse, dans le 2ième rang, village d'Orvilliers, connu et désigné sous le No 84, du cadastre d'enregistrement du comté de Champlain, pour la paroisse de Ste-Anne de la Pérade.

4° Un lot de terre situé en la dite paroisse, dans le 2ième rang, village d'Orvilliers, connu et désigné sous le No 85 du cadastre d'enregistrement du comté de Champlain, pour la paroisse de Ste-Anne de la Pérade.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de Ste-Anne de la Pérade, le 28 mai 1913, à 10 hrs a.m.

RAPPORTS DE BREVETS.

Dans l'intérêt du public amateur d'inventions nouvelles nous donnons plus bas une liste de brevets canadiens obtenus cette semaine par l'entremise de MM. Marion & Marion, sollicitateurs de brevets, Montréal, Canada, et Washington, E.-U.

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

No 147,878—Maurice Leblanc, Le Val sur Seine, France. Balancier automatique pour corps rotatifs.

No 147,927 — Karl L. F. Friedmann, Forshaga, Suède. Procédé pour rendre solubles les produits d'oxidation d'huile de lin.

No 147,928 — Philius Garant, Woburn, Qué. Crochet combiné pour chapeaux et habits.

No 147,932 — Conrad V. Greenwood, Blundellsands, Ang. Fabrication de produits mucilagineux.

No 147,935 — Karl Hartmann, Berlin, Alle. Procédé pour durcir et rendre imperméables les peaux et cuirs.

No 147,939 — Joseph A. Houle, Montréal, Qué. Coupe-pâte.

No 147,944 — Zachée Langlais, Montréal, Qué. Brosse fontaine.

No 147,945 — Joseph H. Létourneau, East Hereford, Qué. Bandage herniaire pour vaches.

No 147,946 — Jules Levy, Paris, France Collier de cheval.

No 147,954 — Jean E. Menançon, Ste Louise (L'Islet), Qué. Piège à animaux. "Le Guide de l'Inventeur" sera envoyé gratis à toute adresse sur demande.

Renseignements Commerciaux

Dissolutions de sociétés

Daveluyville—Nault & Fournier, M.G.
Montréal — Bélanger & Guilbault, peintres; Freidman, B. et M., marchands; Gagné & Gauthier, boulangers; General Repair Shop Co.; Kotsonas, H. & Cie, H. Kotsonas continuant seul sous la même raison sociale; Leriche, L.S. & Cie, bouchers; Machan & Hébron, agents commissionnaires; Martel & Frère, électriciens.

Shawinigan Falls — Barakatt & Cie, nouveautés, etc.

St-Hyacinthe—Desmarais, A. & Fils, tanneurs.

Warwick — La Compagnie Cantin & Fils, manufacturiers.

En difficultés

Hull—Gravelle, D., hôtel.

Montréal — Gosselin, J. & Cie, demande de cession, entrepreneurs; Household Washing Co. Ltd., mise en liquidation accordée; Tucci, G., demande de cession.

Rivière du Loup Station — L'Imprimerie de St-Laurent.

St-Victor—La Cie des Cultivateurs de la paroisse de St-Victor de Tring, Ltd., M. G.

Curateur

Gaspé Bassin—J. T. Tugo, Percé, à Dr R. E. Leprohon, médecin et pharmacien.

Cessions

Montréal—Stephenson, J. & Cie, épicerie, assemblée des créanciers le 23 courant.

Québec—Girard, L. J., agent; Knowles & O'Neil, bois de construction.

Fonds vendus

La Tuque — Moses Solomon, actif vendu, nouveautés, etc.

St-Pie—Bouchard, Emile, à H. Bélanger, scierie mécanique.

Nouvel associé

Montréal — Montreal Cushion Mfg. Co., A. J. Gadon devient associé sous la même raison sociale.

Pertes provenant d'incendie

Robertsonville—Robertsonville Foundry Co.

Nouveaux établissements

Marieville — Atnay & Co., nouveautés.

Montréal — Alexander's, confiseur; Chocolate Shop; Désy & Lalonde, charbon, etc.; Hall Bros., charbon, etc.; LaRose Richard, ferblantier; Mount Royal Garage Co.; Reliable Window Cleaners of Montreal; Star Auger Bit Co., fabricants de tarières; Workingmen's Clothing Store.

St-Hyacinthe—R. O. Brodeur & Co., épiciers.

DU 17 AU 23 MAI

Dissolutions de sociétés.

Montréal — Clarke et Leclerc, matériaux de construction.

Manis, M., et Cie, foin, etc.

Medal Javel Water Co. — J. Labelle & L. B. St-Martin continuant sous la même raison sociale.

Mount Royal Garage Co.

Northern Provision and Contracting

Smith & Co., manufacturiers de tabacs.

Wolswitch et Depietro, manufacturiers de chemisettes pour dames, etc.

Fonds vendus.

Melbourne. — Beaver Printing à H. A. Webb, imprimerie.

Montréal. — Cimon, A. P., Shoe Mfg. Co., Ltd. Actif vendu. Mlle H. Dubois. Fontaine, J. A., chaussures.

Hill Electric Switch Mfg. Co., Ltd. Actif vendu.

Nouvelle succursale.

La Royale Bank of Canada, à Saint-Laurent.

En difficultés.

Montreal Eastern Quarries of Canada, Ltd. Assemblée des actionnaires et créanciers le 23 courant.

Household Washing Co., Ltd., assemblée des actionnaires et créanciers le 27 courant.

Waldman Co., Ltd., mise en liquidation accordée. Manufacture de manteaux, etc.

Lebeau, D. L. J., vente le 23 courant, épicerie.

Cessions.

Montréal. — Gosselin, J. et Cie, entrepreneurs.

St-Marie, Beauce. — Mme Ludeer Desilets, modes, etc.

Curateurs.

La Macaza. — N. St-Amour à F. X. Leblanc, hôtel.

Pertes par suite d'incendie.

Trois-Rivières. — Johnny Boivin, glace artificielle.

Nouveaux établissements.

Granby — Granby Garage Co., autos, etc.; Jacob & Chicoine, cartage.

Montréal — Archambault & Conway, entrep.; S. F. Bowser & Co.; British American Jobbing Co.; Canada Auto Service; David & Galarneau, entrep.; Fetherstonhaugh & Son, Ltd.; F. Langlois & Co., viande, etc.; Lemay Ltd.; L'Éthier's Meat Market; L'Informant on Immobilière; McCrudden & Richard; Mutual Trust Co., Ltd.; J. A. Roy & Co., marchands; Sangamo Electric Co. of Canada, Ltd.; Stone & Webster Construction Co.; Standard Flour & Cereal Milling Co.; David Teach & Co., entrep.; Tokio Art Co.; United Tailoring Co. St-Valère de Bulstrode — Bergeron & Hébert, manufacturiers.

Trois-Rivières — Gouin & Fils, commerçants; L'Immeuble Trifluvien.

ACTES INSCRITS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT A TROIS- RIVIERES, DURANT LA SEMAINE TERMINEE LE 17 MAI 1913

Ventes

Fred. Bourassa à Pierre Bellemare, St-Etienne; Phi. Samson à Moïse Gignac, St-Barnabé; Honoré Gagnon à Louis Trottechaud, St-Barnabé; Abraham Melançon à Maxime Gélinas, St-Barnabé; Frs. Laforme à Sévère Aubry, St-Barnabé; Frs. Paquin à Elzéar Héroux, St-Barnabé; Donat Germain à Dominicains du Rosaire, Shawinigan Falls; Charles Thomassin à Hamel Tremblay, Shawinigan Falls; Olivier Sauvageau à Ludger Lafrenière, Ste-Flore; Arthur Bélanger à Hector Bélanger, Ste-Flore; Ernest Gélinas à Vve

Raphael Rivard, Yamachiche; H. D. Bellemare à Arcadius Descoteaux, Yamachiche; Arthur Ferron à Alphonse Levasseur, Grand'Mère; Onés. Boisvert à Arsène Bellemare, Grand'Mère; Sévère Ricard, père, à Henri St-Arnauld, Grand'Mère; Arthur St-Onge à Alph. Gagnon, Trois-Rivières; Vve Tel. Lymburner à T. Lymburner & Fils, Trois-Rivières; Philorum Vincent à Nap. Pagé, Trois-Rivières; Edouard Ducharme à Evariste Roux, Trois-Rivières; Eliza Cressé à Jean Gélinas, St-Boniface.

Obligations

Moïse Gignac à Albert Bournival, St-Barnabé; Elzéar Héroux à Alfred Bournival, St-Barnabé; Albé Matteau à Alfred Bournival, St-Barnabé; Onés. H. Bournival à Alfred Bournival, St-Barnabé; Sévère Aubry à Alfred Bournival, St-Barnabé; Pierre Bellemare à Adolphe Bourassa, St-Etienne; Hector Camuaird à Alide Duchesne, Trois-Rivières; Thomas Lord à Eucher Masse, Trois-Rivières; Arthur Guimond à F.X. Beauchemin, Trois-Rivières; Lazare Lapointe à F. F. Farmer, Trois-Rivières; Martine St-Pierre à Nazaire Ricard, Ste-Flore; Joseph Vincent à Sévère Desaulniers, Ste-Flore; Philippe Blais à Isate Giguère, Grand'Mère; J. B. Bélanger à Geo. Bouchard, Grand'Mère; Eugène Clermont à Dame W. Paquet, Grand'Mère; Josué Pellerin à Edmond Ricard, Grand'Mère; Achille Demers à Elzéar Ferron, Grand'Mère; Vve Raph. Rivard à Euclide Rivard, Yamachiche; Arthur Lamy à Pierre Gélinas, Yamachiche; Jean Gélinas à Michel Bourassa, St-Boniface; Omer Levasseur à Modeste Lamontagne, Shawinigan Falls; Victor Levasseur à Joseph N. Ducharme, Shawinigan Falls.

Transports

Sévère Desaulniers à Ludger Bellemare, St-Barnabé; Succession G. B. Brunelle à Vve P. L. Hubert, Trois-Rivières.

Testaments

Onésime Lesieur à Martine St-Pierre, Ste-Flore; Clarice Ricard à Dionis Bastarache, St-Etienne.

Cession

J. H. Danscreau à Banque d'Hochelega, Trois-Rivières.

Contrats de mariage

Philogène Lampron à Rose-Anna Lamy, St-Sévère; Henri Bureau à Yvonne Goulet, Trois-Rivières; J. J. Fitzpatrick à Marie Thérèse Chevalier, Trois-Rivières; Willie Richard à Vve Odilon Delisle, Baie Shawinigan.

Jugements

Théodore Grenier vs Moïse Desche-neau, Trois-Rivières, \$22.00; Sinai Moreau vs Narcisse Bourassa, La Tuque, \$45.00; Alex. Ricard vs Ls. Samson, St-Boniface, \$11.00; J. E. Fournier vs Barakatt & Cie, Shawinigan Falls, \$50.00; Can. Fairbanks Co. vs J. A. Guertin, Nicolet, \$44.72; Edmond Vincent vs Geo. Pagé, Shawinigan Falls, \$82.50; Jos. Boudreau vs Frank S. Blair, Trois-Rivières, \$57.32; Benj. Chartier vs Jos. Gélinas, Ste-Flore, \$29.00; Arthur Lambert vs André et Norbert Panneton, Trois-Rivières, \$30.50; Adolphe Lambert vs Aug. Cadorette, Trois-Rivières, \$20.50; David J. Perreault vs Geo. Delisle, Deschambault, \$24.95; Hormisdas Fréchette vs Hermile Trudel, St-Narcisse, \$15.00.

METROPOLITAN

Life Assurance Co'y

:-: of New-York :-:

(Compagnie à Fonds Social)

Actif.....\$397,965,341.31

Polices en vigueur au 31 décembre 1912..... 12,837,042.

En 1912, la compagnie a émis au Canada des polices pour..... 32,185,993

Elle a déposé entre les mains du Gouvernement Canadien et de fidei-commiss canadiens, exclusivement pour les Canadiens, environ.....\$16,000,000.

Il y a plus de 532,000 Canadiens assurés dans la METROPOLITAN.

WESTERN ASSURANCE CO.

INCORPORÉE EN 1881

ACTIF, au-delà de \$3,284,179.93

Bureau Principal: TORONTO, Ont.

Hon. GEO. A. COX, Président.

W. R. BROCK, Vice-Président.

W. B. MEIKLE, Gérant-Général.

C. C. FOSTER, Secrétaire.

Succursale de Montréal :

61 RUE ST-PIERRE.

ROBT. BICKERDIKE, Gérant

THE FEDERAL LIFE ASSURANCE CO.

BUREAU-CHEF : HAMILTON CAN.

CHIFFRES D'AFFAIRES 1912

ACTIF AUGMENTÉ DE \$440,648.30

SURPLUS RÉALISÉ \$107,050.90

ASSURANCE EN VIGUEUR \$25,555,267.00

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

Téléphone : Main 553

ESINHART & EVANS**Courtiers d'Assurance**Feu, Vie, Accident, Cambriolage,
Bris de glaces, Automobiles,
Responsabilité des Fonctionnaires.

Agents principaux pour :

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

LES FRAIS DE PUBLICITE

(Suite)

C'est un problème très difficile que celui d'expliquer la différence qui existe entre les méthodes de publicité des compagnies d'assurance-vie et celles des autres entreprises. Il est très facile de se rendre compte que les compagnies d'assurance-vie dépensent des sommes d'argent ridiculement faibles pour la publicité.

C'est un fait bien connu, établi par leurs propres chiffres. On a peine à croire que toutes les compagnies d'assurance-vie du Canada ont dépensé en tout environ \$90,000 pour leur publicité durant la dernière année. Sur un total de frais de plus de \$16,000,000 la publicité ne figure que pour un montant de moins de \$100,000. Et quand on tient compte de tout ce qui est compris dans la dénomination de "publicité" dans les rapports de la plupart des entreprises, on peut juger du faible montant consacré à la vraie publicité.

Juste un peu plus que 1/2 p.c. du total des frais a été dépensé pour ce service qui est reconnu universellement comme celui qui a assuré le plus de succès aux affaires de nos jours! Cela demande quelque explication. Le seul fait de placer sous les yeux des bureaux de direction ces chiffres les mettrait en éveil, ils n'ont probablement jamais considéré ces chiffres à ce point de vue. Il se peut que quelques-uns des hauts fonctionnaires sachent quel est le pourcentage de frais ou de revenu qu'on dépense avec empressement en publicité. Ils se rendront donc compte bien facilement du fait que ce faible pourcentage est tout-à-fait insuffisant pour remporter du succès de nos jours. Ce sont des hommes d'affaires et ils comprendront très bien que les commentaires sur un tel pourcentage de publicité constituent par eux-mêmes une très mauvaise annonce.

D'après un journal américain qui a consulté les rapports de dix des principales compagnies d'assurances, rapports couvrant les années 1908 et 1909. Voici les chiffres: En 1908 le total des déboursés a été de \$353,792,685; celui des frais de publicité \$646,654 ou 00183 p.c. En 1909 le total des déboursés de ces compagnies était de \$381,482,056, celui des frais de publicité de \$800,896 ou 00209 p.c. En faisant la moyenne, on trouve 00196. C'est-à-dire que les compagnies ont consacré à la publicité un peu moins de 20c pour chaque \$100 déboursé. En se basant sur le revenu total des compagnies, le coût de la publicité représente un peu plus de 12c pour \$100 de revenu.

Il faut remarquer de plus que dans

ASSUREZ-VOUS

DANS

LA SAUVEGARDE

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

Siège Social : 7 Place d'Armes

MONTREAL

Succursale au Canada, Bureau Chef à Montréal
DIRECTEURSSir Alexandre Lacoste, M. Chevalier, Ecr., William
Molson Macpherson, Ecr., T. J. Drummond, Ecr.J. Gardner Thompson, Gérant.
J. W. Binnie, Assistant-Gérant.**Les Prévoyants du Canada**

Assurance Fonds de Pension

CAPITAL AUTORISÉ \$500,000

Achetez des Parts des Prévoyants :

Parce que c'est un placement sans pareil.

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

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

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

Bureau à Montréal :

Chambre 22,
Edifice "La Patrie"

Bureau - Chef,

85, rue Dalhousie,
QUEBEC.

Union Mutual Life Insurance Company, de Portland, MAINE

FRED. E. RICHARDS,
Président.

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

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

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

WALTER I. JOSEPH, Gérant.

151 rue St-Jacques, MONTRÉAL

presque tous les cas la compagnie qui a fait le plus de réclame a amélioré sa position par rapport aux autres en raison directe de la supériorité de son pourcentage de publicité. En outre, en comparant plusieurs rapports annuels de chaque compagnie, on constate qu'elle a prospéré d'autant plus qu'elle augmentait son pourcentage d'annonces.

LE PLACEMENT DES FONDS DES COMPAGNIES D'ASSURANCE-VIE

Actions, prêts et transactions immobilières

Par leur nature, les actions ont le désavantage, au point de vue de l'assurance, d'avoir une valeur instable. Pendant les périodes de dépréciation grave, les rapports d'une compagnie qui détient de fortes quantités d'actions seraient sérieusement affectés et il est difficile d'évaluer les stocks au moyen d'une méthode de "moyenne"; il est impossible de se servir du plan d'amortissement. En général, les actions rapportent des intérêts à taux plus élevés que les obligations ou les hypothèques; parfois elles présentent de grandes perspectives d'estimation.

Elles ne peuvent être placées au même rang que les obligations ou les hypothèques au point de vue de la sécurité, bien qu'une action privilégiée cumulative bien choisie soit parfois mise au même plan que les meilleures obliga-

(A suivre à la page 91)

Une Police dans la CANADA LIFE

Devient une source de revenu.

Police No. 35,407 Montant \$5,000

Age d'admission 35.

Vie 20 versements Date, 30 avril 1884

Total des primes payées	\$3,140.
Profits payés en espèces durant la période de paiement des primes.	\$720.10
Profits payés en espèces en 1905	143.00
Profits payés en espèces en 1910	198.00

\$3,140.00 \$1,071.00

Coût exact jusqu'en 1910 - - 2,069.00

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

CANADA LIFE ASSURANCE CO

Bureau Chef - TORONTO, Ont

COMPAGNIE MONTREAL-CANADA

D'ASSURANCE CONTRE L'INCENDIE

Fondée en 1859

Téléphone Bell Main 5381

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

\$213,759.19

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

Bureau - Chef :

No 130 St-Jacques,
MONTREAL.

Ferd. Pagé, Gérant Provincial

La Compagnie d'Assurance MUTUELLE DU COMMERCE

Contre l'Incendie

Actif excédant - - \$550,000.00

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

SUN LIFE of CANADA

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

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

L'ASSURANCE MONT-ROYAL

(Compagnie Indépendante (Incendie))

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

Assurez vos Glaces Immédiatement dans La Prevoyance

Capital \$500,000.00

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

ASSURANCE D'AUTOMOBILES

Bureau Chef

160 rue St-Jacques, Montréal

Tel. Main 1626

BRITISH COLONIAL

FIRE INSURANCE COMPANY

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

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

Agents demandés pour les districts non représentés.

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

PATENTES OBTENUES PROMPTEMENT

Dans tous les pays. Pour renseignements de mandez le Guide de l'Inventeur qui sera envoyé gratis.
MARION & MARION, 364 rue Université, angle de la rue Ste-Catherine, Edifice de la Banque des Marchands.

NEW VICTORIA HOTEL

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

JOSEPH FORTIER

Fabricant-Papetier

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

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

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

L. R. MONTBRIAND

Architecte et Mesureur,
230 Rue St-André MONTREAL

RICH. & ONT. NAV. CO.

"DE NIAGARA A LA MER"

Excursions de Vacances

Quand vous ferez vos projets de voyage pendant les vacances cette année, n'oubliez pas une excursion à bord d'un de nos magnifiques vapeurs où vous jouirez du confort d'un hôtel de premier ordre.

Excursions à Niagara Falls, les Mille Iles, Québec historique et la superbe Rivière Saguenay.

Hôtels magnifiquement situés, gérés par la compagnie, à Murray Bay et Tadoussac.

Pour imprimés et renseignements complémentaires s'adresser à

H. FOSTER CHAFFEE,
GERANT DES PASSAGERS,
MONTREAL

D. OLIVIER,
AGENT DES BILLETS EN VILLE,
MONTREAL

The City Ice Co. Limited

LA PLUS GRANDE COMPAGNIE DE GLACE AU CANADA

Capacité de production :

255,000 tonnes de glace par an.
Stock à Montréal, 200,000 tonnes

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

Bureau principal, 295 rue Craig O.
MONTREAL

OCCASIONS D'AFFAIRES

Nos abonnés que pourraient intéresser les demandes de représentations, d'agences, de marchandises, etc., publiées dans "Le Prix Courant", n'auront qu'à nous faire connaître le numéro de l'occasion d'affaires qui les intéresse pour que nous leur adressions tous les renseignements complémentaires qui pourraient leur être utiles.

12-125. Beurre et fromage. — Un agent commissionnaire de Terre-neuve cherche à se mettre en communication avec des manufacturiers canadiens de beurre et de fromage.

12-126. Champagne et vins mousseux. — Une maison d'Épernay (France) aimerait à entrer en rapports avec un agent ou un acheteur.

12-127. Vins et liqueurs. — Une maison très ancienne de Bordeaux voudrait nommer un représentant au Canada pour la vente de ses produits, vins et liqueurs.

12-128. Bleu. — Un manufacturier de "bleu ultra" et de "bleu à laver" désire être représenté par un agent ayant de bonnes relations avec les épiciers et fabricants de peinture.

12-129. Draps de laine. — Un manufacturier de draps de laine (Sedan) aimerait à entrer en rapports avec un agent canadien.

12-130. Macaroni et vermicelle. — Une maison française fabriquant le macaroni et le vermicelle désire être mise en rapports avec un agent pour la vente de ses produits.

12-131. Fourches. — Une manufacture de fourches aimerait à introduire ses articles au Canada et cherche un agent ayant de bonnes relations dans ce genre d'affaires.

12-132. Savon. — Un fabricant de savon de Marseille voudrait entrer en relations avec un agent canadien pour la vente de ses produits.

12-133. Cuirs. — Une maison de Glasgow cherche à connaître des exportateurs de cuirs de tous genres.

12-134. Ballons pour foot-ball. — Une maison d'Écosse désire trouver des acheteurs de ballons pour foot-ball.

12-135. Cuirs. — Une maison de Glasgow cherche à connaître des fabricants de toutes sortes de cuirs.

12-136. Orge. — Une maison d'Écosse voudrait entrer en relations avec des exportateurs d'orge pour fins de brasserie.

12-137. Cuir. — Une maison d'Écosse cherche à connaître des tanneurs de cuir.

12-138. Cuir. — Une maison d'Écosse voudrait recevoir des offres de cuir de semelle.

12-139. Cuir. — Une autre maison d'Écosse voudrait recevoir des offres de cuir de semelle.

12-140. Cuir. — Une maison d'Écosse voudrait acheter du cuir brut, tanné et aussi préparé. Il faut donner des échantillons et des prix c. i. f.

12-141. Chêne. — Une maison d'É-

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

LIVRES pour les DISTRIBUTIONS de PRIX 1913

Nous avons l'honneur d'annoncer que nous venons de recevoir un Nouvel Assortiment de Livres pour la Distribution des Prix. Cette dernière importation offre un ensemble complet d'ouvrages capables de répondre aux besoins de toutes les conditions de l'Enfance et de la Jeunesse Chrétienne. Nos séries sont de tous formats, depuis l'in-8 jusqu'au grand in-8, et sont toutes revêtues de la haute approbation des communautés ecclésiastiques.

LA COMPAGNIE J. B. ROLLAND & FILS.
53, Rue St-Sulpice, - Montréal.

Maison Fondée en 1870

AUGUSTE COUILLARD

IMPORTATEUR DE

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

Spécialité : Poêles de toutes sortes

Nos. 232 à 239 rue St-Paul
Routes 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 à plus bas prix du marché.

P. A. GAGNON

Comptable Licencié

(Chartered Accountant)

Chambre 315, 316, 317
Edifice Banque Québec.
11 Place d'Armes, MONTREAL.
Téléphone Bell Main 4912

Arthur W. Wilks. Alexander Burnett

WILKS & BURNETT

Comptables, Auditeurs, Commissaires pour toutes les Provinces.

Règlement d'affaires de Faillites

601 Bâtisse Banque des Marchands

Téléphone Bell Main 5500
Marchands 849 MONTREAL

EUGENE PREVOST RODOLPHE BEDARD

PREVOST & BEDARD

Comptables,
Liquidateurs,
Auditeurs.

Spécialité : Règlements de différends
Suite 506 Edifice Royal Trust
107 ST-JACQUES

BELL TEL. MAIN 1056 MONTREAL.

Les clients apprécient un paquet bien enveloppé. C'est aussi vrai pour le citadin qui rapporte les marchandises chez lui, que pour le fermier qui les met au fond de sa charrette.

ALEX. DESMARTEAU

Comptable, Auditeur

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

TEL. BELL, MAIN 1859

BELANGER & BELANGER

Notaires, Comptables et Commissaires

TRUST & LOAN BUILDING.

No 30 rue St-Jacques, MONTREAL

Argent à Prêter à 4, 5 et 6%

CHOCOLAT "ELITE"

Non Suérisé

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

Tablettes de 1/2 lb.

Fabriqué par

JOHN P. MOTT & CO.,

HALIFAX, N. E.

J. A. TAYLOR, Agent, Montréal

GARAND, TERROUX & CIE

BANQUIERS ET COURTIERS

48 rue Notre-Dame Ouest

MONTREAL

MELLE A. PLOUFFE

STENOGRAPHE-DACTYLOGRAPHE

207 rue St-Jacques (Chambre 26)

Traduction dans les deux langues.

"Lettres circulaires au 1,000
Prix Spéciaux".

Tél. BELL MAIN 6409.

**UNE SESSION****De la Cour du Banc du Roi**

ayant juridiction criminelle dans et pour le district de Montréal, se tiendra au Palais de Justice, en la Cité de Montréal.

**LUNDI, LE DEUXIEME JOUR DE JUIN
PROCHAIN, A DIX HEURES
DU MATIN.**

EN CONSEQUENCE, je donne avis public à tous ceux qui auront à poursuivre aucune personne maintenant détenue dans la prison commune de ce district et à toutes les autres personnes, qu'elles y soient présentes. JE DONNE AUSSI AVIS à tous les juges de paix, coroners et officiers de la paix pour le district susdit, qu'ils aient à s'y trouver avec tous les records.

L. J. LEMIEUX,
Shérif.Bureau du Suérisé,
Montréal, 14 Mai 1913.

cosse voudrait recevoir des cotes pour des pièces courbées en chêne pesant en moyenne 13 livres.

12-142. Cuir — Une maison de Glasgow cherche à avoir des cotes et des échantillons de cuir canadien de tous genres.

12-143. Cuir — Une maison d'Ecosse cherche à avoir des cotes et des échantillons de cuirs de côté canadiens, poids 12 à 14 lbs. en moyenne, ainsi que du cuir de ventre et d'épaule.

12-144. Cuir — Une maison écossaise voudrait entrer en relations avec des exportateurs de cuir de tous genres.

12-145. Chêne — Une maison de Glasgow aimerait à recevoir des cotes sur les pièces courbées en chêne canadien.

12-146. Chêne et sapin noir — Une maison d'Ecosse est prête à acheter des pièces courbées en chêne et sapin noir de 12 à 20 lbs. en moyenne. Les prix doivent être c. i. f. Glasgow.

12-147. Une maison de Boston qui trafique sur les déchets et rognures de drap aimerait à entrer en relations avec des drapiers en gros et en détail du Canada.

12-148. Viandes, fruits et légumes — Une maison de Glasgow cherche à connaître des exportateurs de viandes, fruits et légumes en conserves. On désire ne recevoir de la correspondance que de maisons non encore représentées en Ecosse.

12-149. Substances alimentaires. — Une maison de Glasgow voudrait entrer en relations avec des exportateurs de substances alimentaires pour le bétail.

12-150. Manches à balai. — Une maison d'Ecosse voudrait avoir des échantillons de manches à balai et des cotes c. i. f. Glasgow.

12-151. Orge. — Un importateur d'orge pour fins de brasserie cherche à avoir des échantillons et des cotes.

12-152. Céréales. — Une maison de Glasgow désire représenter un exportateur de premier ordre pour les céréales.

12-153. Peaux — Une maison d'Edimbourg demande à entrer en relations avec des exportateurs canadiens de peaux préparées pour automobiles, émaillées en couleurs ou non finies.

12-154. Cuirs — Une maison d'Ecosse est prête à acheter des cuirs de côté, propres, bien écorchés, bien arrondis, de 11 à 12 lbs. environ 4 pieds de long, et 14 lbs., 3 pieds 6 pouces à 4 pieds 9 pouces au plus.

12-155. Peaux. — Une maison d'Ecosse cherche à connaître des acheteurs de peaux brut pour la fabrication des reliures, de selles, de bourses, d'articles de fantaisie en cuir, etc.

12-156. Amiante. — Des propriétaires de mines d'amiante cherchent à entrer en rapports avec une importante maison de commission de Hambourg, de réputation irréprochable, pour la vente de ce produit en Allemagne.

La culture du caoutchouc, par Henri Allorge. — Un corsaire de 13 ans, par Charles Géniaux. — Ce que nous devons à la chaux, par Daniel Bellet. — Musée de poupées, par Marie Koenig.

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

Le numéro: 40 centimes.

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

ASSURANCES

(Suite de la page 89)

tions. De fait, si une partie du taux supplémentaire d'intérêt rapporté est considéré comme "prime de risque", l'action privilégiée d'une compagnie industrielle bien établie et prospère peut être placée, au point de vue placement profitable et conservateur, en avant des obligations de la même compagnie. Néanmoins, il faut se souvenir que les obligations d'une compagnie ont toujours le pas sur les actions de cette compagnie, au double point de vue garantie et dividendes et sont toujours plus sûres, en employant ce mot dans son sens le plus strict.

D'une manière générale on peut dire que ce sont trop des valeurs de spéculation, surtout quand il s'agit d'actions ordinaires, dont le cours dépend presque entièrement du succès futur des opérations de la compagnie. En un grand nombre de cas, les actions ordinaires ne représentent pas le montant réel d'argent versé à la compagnie, mais peuvent bien représenter "de l'eau". Une compagnie d'assurance-vie doit éviter de s'intéresser à tout stock où l'on peut soupçonner qu'il existe un semblable état de choses et elle est d'ailleurs bien protégée contre cette classe de valeurs par certaines lois prohibitives sur les assurances.

Il a encore une autre objection sérieuse contre les actions, c'est que leur acheteur devient propriétaire dans cette entreprise et que si une compagnie d'assurance arrive à détruire une forte proportion des actions d'une corporation, des complications sérieuses pourraient surgir.

(à suivre)

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

JOURNAL DE LA JEUNESSE. — Sommaire de la 2108e livraison (26 avril 1913). — Le gros lot, par Albert Cim. —

BANQUE DE MONTREAL

FONDEE EN 1817 — CONSTITUEE PAR ACTE DU PARLEMENT

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

Siège social : MONTREAL.

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

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

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

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

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

Canada. Spokane.

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

Mexique. Mexique, D. F.

LA BANQUE PROVINCIALE DU CANADA

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

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

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

Conseurs : Président : Honorable Sir ALEX. LACOSTE, Ex-Juge en chef de la Cour d'Appel; Docteur E. PERSILLIER LACHAPLLE, Administrateur du Crédit Foncier Franco-Canadien; M. CHEVALIER, Directeur-Gérant, Crédit Foncier Franco-Canadien.

50 Succursales dans les Provinces de Québec, Ontario, Nouveau Brunswick Correspondants à l'Étranger : États-Unis : New-York, Boston Buffalo, Chicago; Angleterre, France, Allemagne, Autriche, Italie.

LA BANQUE NATIONALE

FONDEE EN 1860.

Capital	2,000,000
Réserve	1,400,000

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

Notre bureau de Paris,
RUE BOUDREAU,
14 RUE AUBER,

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

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

QUEBEC STEAMSHIP CO., LIMITED.

LIGNE DU ST-LAURENT, Montréal aux ports de la Côte de Gaspé, à Gaspé, Malbaie, Percé, Summerside, Charlottetown et Pictou) SS. "CASCAPEDIA", 1900 TONNES, avec les accommodations les plus modernes pour passagers partira de Montréal jeudi, le 5 juin à 4 hrs p.m., et tous les quinze jours par la suite, et de Québec le jour suivant à midi.

ALLEZ AUX BERMUDES

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

ANTILLES

Le nouveau steamer "Guiana" et autres steamers, quittent New-York les 17 et 31 mai, 13 et 27 Juin pour St-Thomas, Ste-Croix, St-Christophe, Antigua, la Guadeloupe, la Dominique, la Martinique, Ste-Lucie, la Barbade et Demerara.

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

LA BANQUE MOLSON

INCORPORÉE EN 1855
Bureau Principal, MONTREAL.

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

JAMES ELLIOT, Gérant-Général
SUCCURSALES DANS LA PROVINCE DE QUEBEC :

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

85 Succursales dans tout le Canada.

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

BANQUE D'HOCHELAGA 1874-1913

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

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

Bureau Principal—Montréal

BUREAUX DE QUARTIERS

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

SUCCURSALES

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

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

NOVA SCOTIA STEEL & COAL CO.

LIMITED
MANUFACTURIERS

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

GROSSES PIECES DE FORGE. UNE SPECIALITE

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

Bureau Principal : NEW GLASGOW, N. E.

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

Finances

REVUE DE LA SEMAINE

Calendrier financier

Mercredi, 28 mai—Assemblée annuelle: Imperial Bank of Canada.

Jeudi, 29—Assemblée annuelle: Trust & Loan Co. of Canada.

Vendredi, 30—Assemblée annuelle: North Atlantic Fisheries.

Samedi, 31—Dividende trimestriel payable. Actions: Dominion Oil Cloth Co., privilégiée.

* * *

La situation à Montréal

La tension monétaire est devenue plus grave depuis quelques jours en raison des prêts de nos institutions de crédit aux municipalités, prêts dont le montant s'élève à environ \$10,000,000. De plus, dans l'Ouest la spéculation sur les terrains a pris des proportions démesurées. A cause des fonds placés dans ces affaires immobilières par les marchands détaillants, ceux-ci peuvent faire face à leurs échéances qu'au moyen de billets.

La réduction du droit sur le ciment est de 15c par baril. Elle n'a pas affecté le cours de l'action de la "Canada Cement Co." Sur le sucre le droit a été réduit de 20c par 100 livres. A la Bourse le ton général reste morne et lourd. Le Power se maintient aux environs de 221; le Textile à 85; le Brazilian à 94¼; le Hillcrest à 47; le ciment ordinaire à 20; le Toronto Ry. à 143½; le Pacifique est un peu plus faible à 236¼. Parmi les valeurs qui ont subi une dépression marquée, citons le Détroit qui se vendait 72 ex-dividende; le Spanish, 60; Le Canadian Locomotive à 53; l'Illinois privilégié à 89.

Les actionnaires du Hollinger ont reçu mercredi un autre dividende, de 4 semaines, de 3 p.c. Comme ceci est le huitième dividende, la Compagnie a versé 24 p.c. depuis octobre dernier, soit \$720,000. Quand elle a commencé à verser des dividendes, elle possédait un surplus de \$758,771. Au 31 décembre le montant reporté était de \$351,801. Au 22 avril, il y avait un surplus de \$541,696.

Dans les quatre semaines qui se sont terminées le 22 avril, le Hollinger a gagné son huitième dividende de \$90,500 et ajouté \$89,941 à son surplus. En d'autres termes, le profit du Hollinger dans ces quatre semaines, a été de \$179,941, soit au taux de 77.97 p.c. par an.

* * *

L'organisation de la Magnesia Product Ltd. a été terminée mardi après-midi. Le bureau de direction comprendra M. E. Liersch, président, directeur-gérant de la Canadian Linseed Oil Mills Ltd., Montréal; le lieutenant-colonel Chs. A. Smart, vice-président, président de la Smart-Woods Ltd., Montréal; M. J. R. Colby, directeur-gérant de la Canadian Carbonate Co. Ltd., Montréal; M. E. L. Bullock, vice-prési-

dent de la Katzenbacy & Bullock Co., Inc.; James K. McGuire, entrepreneur de New-York et ancien maire de Syracuse, N. Y.

La National Bond Co., Inc., de Montréal, a acheté un montant considérable de l'émission totale d'obligations de la compagnie.

* * *

La question de la déclaration d'un dividende sur le stock ordinaire de la Canadian Cottons Ltd. a été soulevée mardi comme on le pensait à l'assemblée annuelle de la compagnie, mais il n'a rien été fait dans ce sens. Néanmoins, le président Morrice a déclaré que le nouveau bureau de direction prendrait cette question en considération. Le bureau de direction a été réélu: Président, M. David Morrice; C.R. Hosmer, vice-président; l'Hon. F. L. Béique, C. R., Sir H. Montagu Allan, George Caverhill, D. Morrice, Jr., A. A. Morrice, A. O. Dawson, Theophilus King.

* * *

Les conditions au marché de New-York

L'atmosphère des milieux financiers de New-York continue à être surchargé d'optimisme non agressif qui détermine une stagnation fatigante à la Bourse et empêche de se lancer dans bien des entreprises commerciales. Cette torpeur, cette inactivité du marché américain sont semblables à celles qui prévalent sur les marchés de l'étranger. On estime que la meilleure politique, dans les circonstances actuelles, est la politique conservatrice. La question dominante c'est celle de l'approvisionnement de capital, car il faut admettre que si les fonds sont insuffisants, il vaut mieux ne pas lancer de nouvelles entreprises et que les affaires de celles qui existent devraient être menées frudemment de façon à ce qu'elles ne soient pas bien atteintes en cas d'un resserrement considérable de l'argent. Ce qui est plus grave, c'est que de nouvelles demandes inhabituelles ont surgi de tous côtés. Cela provient indirectement de la guerre des Balkans et des sommes prélevées par plus d'une nation pour parer aux frais des armements excessifs. Les besoins de certains pays non impliqués dans cette question, comme la Chine, ont contribué aussi à aggraver la situation.

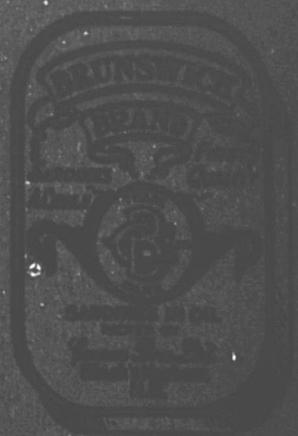
De ce côté-ci de l'Atlantique, nous avons d'autres problèmes en plus de celui de la diminution du capital à l'étranger; nous avons le problème de l'application du nouveau tarif, et nous avons aussi l'influence défavorable de la propagande contre les trusts.

Si cet état de choses doit se maintenir, il n'y a qu'une politique qui puisse assurer un degré raisonnable de prospérité, c'est la politique d'économie.

Ceci se traduira par une réduction des dépenses ordinaires pour l'existence quotidienne, car les salaires devront être réduits sur toute la ligne. Ce sera là une réforme très difficile à accomplir. Mais il vaut mieux s'y mettre tout de suite que d'attendre que la nécessité vous y force.

INFORMATIONS FINANCIERES

Actions Ordinaires et Actions Privilégiées	Capital payé	Réserve	Pair des Actions	Taux du dernier Dividende	Dernière cote	
					Au 13 mai	Au 21 mai
BANQUES						
Banque de Montréal	\$15,975,220	\$16,000,000	\$100.00	10%	232 ex. div.	230½ ex. D.
Banque de Québec	2,500,000	1,250,000	100.00	7%	124 ex. dr	124½
Banque de la Nouvelle-Ecosse	3,998,460	7,497,412	100.00	14%	260	260
Banque de Toronto	4,941,455	5,941,455	100.00	11%	210	210
Banque Molson	4,700,000	4,700,000	100.00	11%	197
Banque Nationale	2,000,000	1,400,000	100.00	8%	137
Banque des Marchands du Canada	6,547,159	5,400,000	100.00	10%	192	134
Banque Provinciale	1,000,000	500,000	100.00	6%	194
Banque Union du Canada	4,952,190	3,076,095	100.00	8%	147½
Banque Canadienne du Commerce	15,000,000	12,500,000	50.00	10%	213	145½ ex. D.
Banque Royale du Canada	7,661,060	8,607,166	100.00	12%	222½	210
Banque d'Hochelega	2,885,340	2,650,000	100.00	9%	159½	221 ex. div.
Banque d'Ottawa	3,500,000	4,000,000	100.00	12%	156 ex. div.
Banque Impériale du Canada	6,000,000	6,000,000	100.00	12%	216	et ex. dr.
Banque Internationale du Canada	1,320,439	100.00
CHEMINS DE FER						
Canadian Pacific Railway (Ordinaires)	180,000,000	146,283,497	100.00	10%	241¼	237¾
Duluth S.S. & A. Railway (Ordinaires)	12,000,000	100.00
do do (Préférentielles)	10,000,000	100.00
Minn. St. Paul & Soo Railway (Ordinaires)	20,832,000	100.00	7%	132	131
do do do (Préférentielles)	10,416,000	100.00	7%
TRAMWAYS ELECTRIQUES						
Detroit United Railway	12,500,000	21,887,000	100.00	5%	74¾	72½ ex. div.
Duluth Superior Traction	3,500,000	2,500,000	100.00	5%	48¾
Halifax Electric Railway	1,400,000	600,000	100.00	7%
Havana Electric Railway (Ordinaires)	7,500,000	100.00
do do (Préférentielles)	5,000,000	100.00	6%
Illinois Traction (Ordinaires)	9,564,000	100.00
do do (Préférentielles)	5,000,600	24,957,813	100.00	6%	90½	90½
Mexican Light & Power (Ordinaires)	13,585,000	100.00	4%	71
do do (Préférentielles)	2,400,000	100.00	7%
Montreal Street Railway	10,000,000	4,420,000	100.00	10%
Porto Rico Railway	3,000,000	2,941,500	100.00	63½
Quebec Railway, Light & Power	9,300,500	8,654,400	100.00	16¾	16
St. John Railway	800,000	100.00	6%
Sao Paulo Tram., Light & Power	10,000,000	6,000,000	100.00	10%	94¼
Toledo Railway & Light	12,000,000	13,257,000	100.00
Toronto Railway	8,000,000	3,992,326	100.00	7%	142¾	143
Tri-City Railway & Light (Ordinaires)	9,000,000	100.00
do do do (Préférentielles)	2,825,000	8,068,000	100.00	6%
Twin City Rapid Transit (Ordinaires)	20,100,000	19,503,000	100.00	6%	105	103½
do do do (Préférentielles)	3,000,000	100.00	7%
Winnipeg Electric Street Railway	6,000,000	5,578,000	100.00	10%	202½	203
VALEURS INDUSTRIELLES						
Canadian Car & Foundry (Ordinaires)	3,500,000	100.00	8%
do do do (Préférentielles)	5,000,000	3,500,000	100.00	7%	110	110
Canada Cement (Ordinaires)	13,500,000	100.00	30¾	29¾
do do (Préférentielles)	10,500,000	5,000,000	100.00	7%	91	90
Canadian Converters	1,733,500	474,000	100.00	45	44
Dominion Steel Co.	35,000,000	100.00	4%	50½	48¾
Dominion Textile Co. (Ordinaires)	5,000,000	100.00	6%	88	84¾
do do (Préférentielles)	1,859,030	3,040,275	100.00	7%
Lake of the Woods Milling Co. (Ordinaires)	2,100,000	100.00	8%	130	130
do do do (Préférentielles)	1,500,000	1,000,000	100.00	7%	116	115
Montreal Cottons Ltd (Ordinaires)	3,000,000	500,000	100.00	8%	61	60½
do do do (Préférentielles)	103	103
Nova Scotia Steel & Coal (Ordinaires)	6,000,000	100.00	5%	82	81
do do do (Préférentielles)	1,030,000	6,000,000	100.00	8%
Ogilvie Flour Mills Co. (Ordinaires)	2,500,000	100.00	8%	120¼	121
do do do (Préférentielles)	2,000,000	457,263	100.00	7%	115
Penmans, Limited (Ordinaires)	2,150,600	100.00	4%	54½	54
do do (Préférentielles)	1,075,000	2,000,000	5.00	6%
DIVERS						
Bell Telephone Co.	12,500,000	3,649,000	100.00	8%	145	145¼
Mackay Companies (Ordinaires)	50,000	100.00	5%	82¾	82
do do (Préférentielles)	50,000,000	100.00	4%	67	66
Montreal Light, Heat & Power	17,000,000	10,107,000	100.00	8%	226¼	220
Montreal Telegraph	2,000,000	100,000	100.00	8%	141	141½
Ottawa Light, Heat & Power Co.	1,511,500	730,000	100.00	6%	180	179½
Richellen & Ontario Navigation Co.	3,132,000	1,123,573	100.00	6%	114	112¼
Shawinigan Water & Power Co.	7,000,000	5,000,000	100.00	4%	133½	133¼
MINES						
Crown Reserve	1,999,957	1.00	60%	3.82 ex. div.	3.80
International Coal Mining (Ordinaires)	500,000	100.00	7%	4	4
do do do (Préférentielles)	219,708	100.00	7%	7	7



Les poissons de mer sont plus
sains et ceci est dû à leur
élevage en boîtes. Quelle est la
raison? Aucune ligne de démarcation

Le 'BRUNSWICK'

qui possède la saveur naturelle
de votre Stock! Ce ne sera pas perdu!

CONDENSERS BROS. CO. LTD.

BLACK'S HARBOR

Manufactured in Canada
by the Condensed Milk Co. of Canada

AGENTS
 Montreal - J. G. Gagnier & Co.
 Toronto - J. G. Gagnier & Co.
 Ottawa - J. G. Gagnier & Co.
 Hamilton - J. G. Gagnier & Co.
 Kingston - J. G. Gagnier & Co.
 St. John's - J. G. Gagnier & Co.
 Vancouver et Victoria, C.A. - J. G. Gagnier & Co.
 Calgary, Alta. - J. G. Gagnier & Co.



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

Voyez à ce que
votre assortiment
soit au complet du

Sirop Mathieu

fait de Goudron
et d'Huile de Foie
de Morue

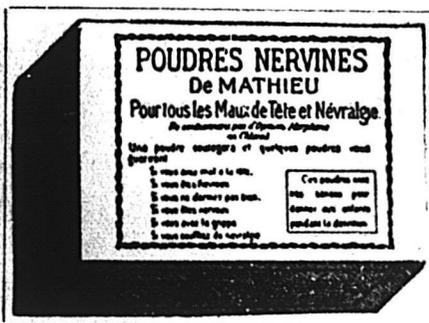
ET DES

Poudres Nervines Mathieu

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

Leur Popularité Augmente Encore.

Les ventes du Sirop Mathieu de Goudron et d'Huile de Foie de Morue et des Poudres Nervines Mathieu dénotent une augmentation considérable. Leur popularité a pour base la satisfaction de ceux qui en font usage, et le concours loyal des commerçants par tout le Canada.

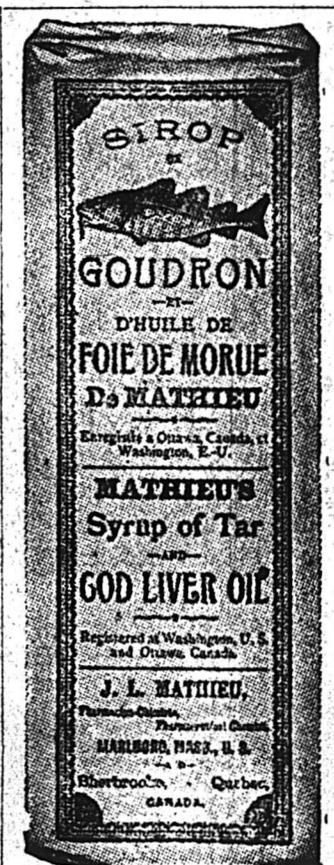


Compagnie J. L. Mathieu

SHERBROOKE, P. Q.

L. CHAPUT FILS & CIE., Montréal

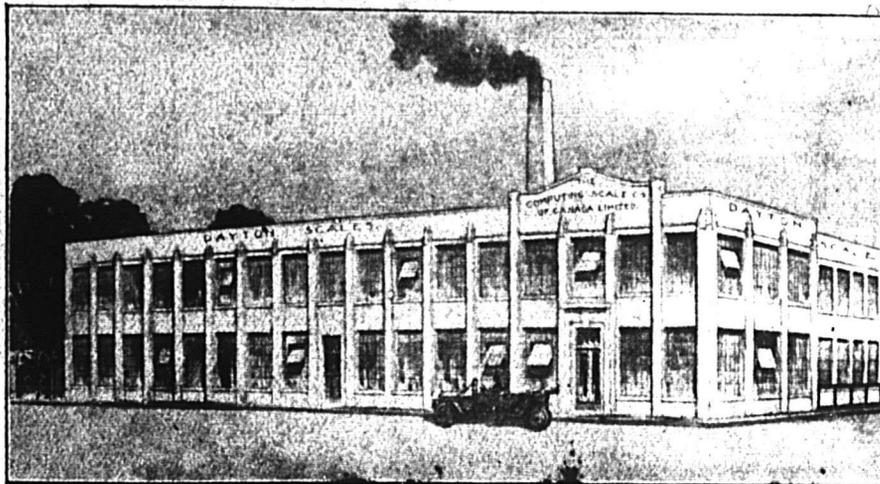
Distributeurs pour le Gros.



LA NOUVELLE USINE DES BALANCES DAYTON



LA PLUS
GRANDE
FABRIQUE
DE BALAN-
CES AUTO-
MATIQUES
SOUS LE
DRAPEAU
BRITAN-
NIQUE.



UNE COM-
PAGNIE
CANA-
DIENNE.
UN PRO-
DUIT CA-
NADIEN
FABRIQUE
PAR DES
MECANI-
CIENS CA-
NADIENS.

L'augmentation de la demande pour les balances DAYTON a rendu nécessaire la construction de cette nouvelle usine.

L'Appareil essentiel au service

économise du temps et du profit.

Augmentez votre efficacité et celle de votre commis en vous servant des Balances DAYTON.

Un coup d'œil vous fera connaître le poids et le prix de vente de chaque article.

La pesée rapide et exacte économise du temps et du bénéfice.

Automatique jusqu'à la charge maxima.

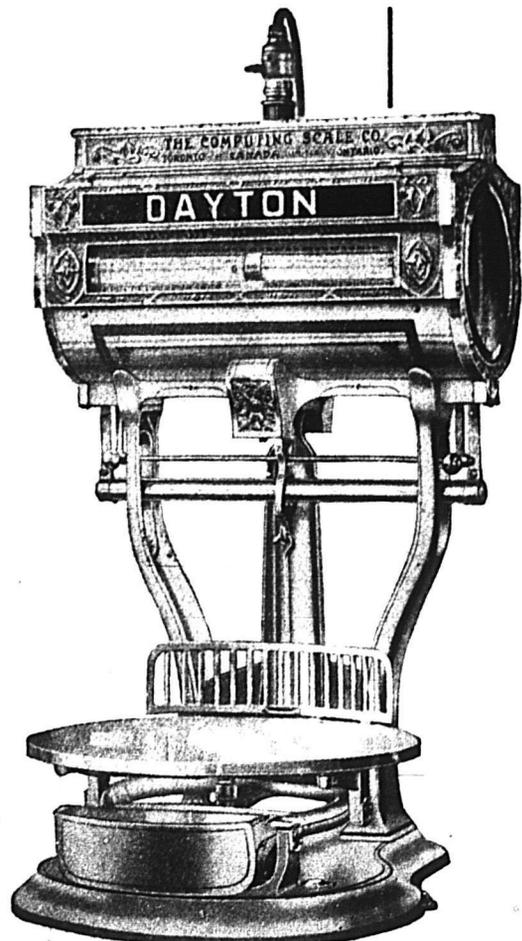
Pas de POIDS INDEPENDANTS, de CURSEURS ni D'AJUSTAGES qui puissent se dérégler.

LES BALANCES DAYTON sont garanties peser et calculer d'une manière exacte — cette partie du mécanisme étant GARANTIE pour DIX ANS.

“ Demandez à qui s'en sert ”.

**The Computing Scale
Company of Canada, Ltd.**

TORONTO, ONTARIO.



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.



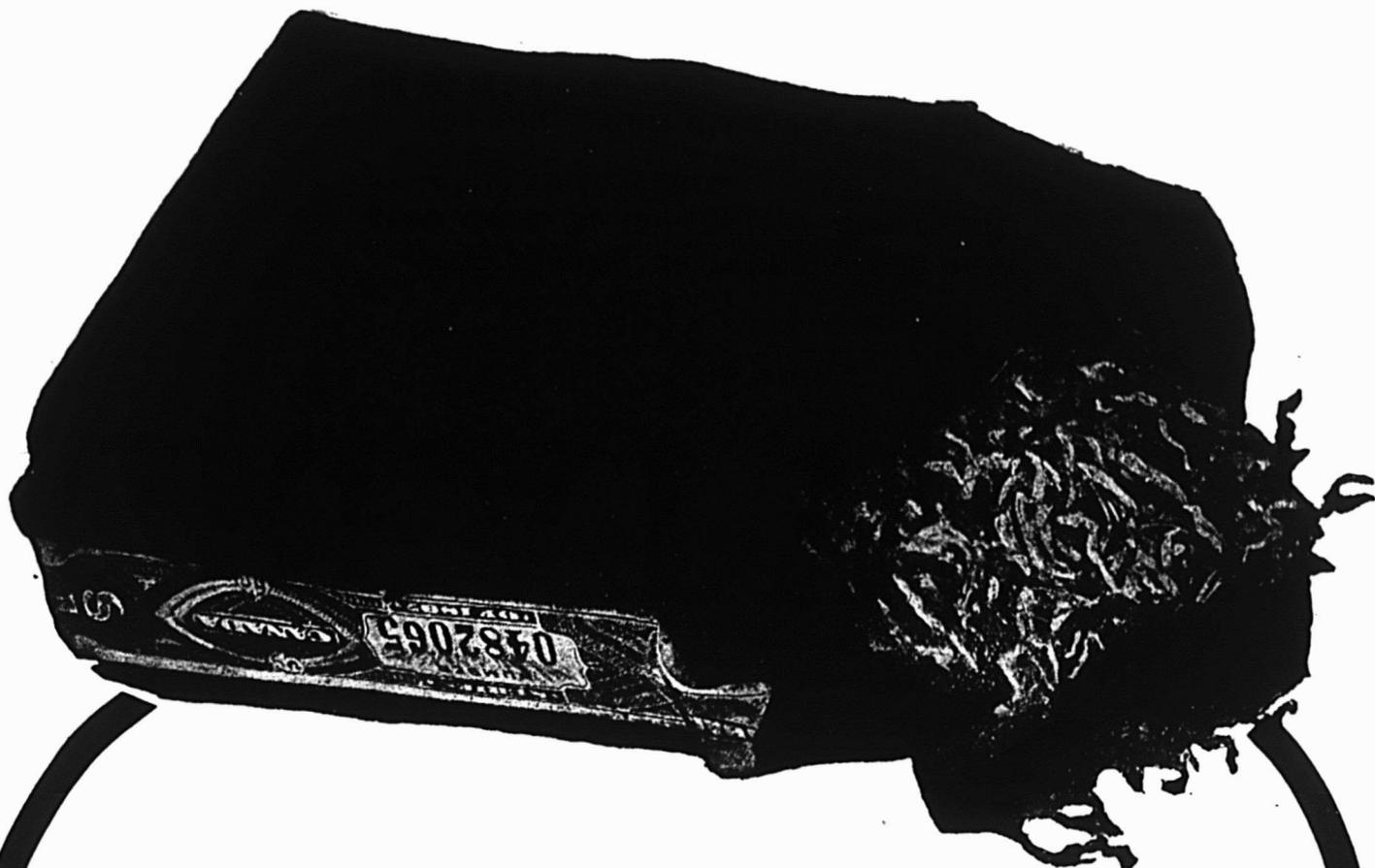
Qualité Vierge d'Aix :

- " Supérieure.
- " Surfine.

En Bouteilles	caisse	12	litres brochées.
" "	"	24 $\frac{1}{2}$	" "
" "	"	12	Rondins.
" "	"	24 $\frac{1}{2}$	"
" "	"	48 $\frac{1}{4}$	"
" "	"	96 $\frac{1}{8}$	"
" Estagnons	"	5	Gallons (Mesure Impériale).
" "	"	1	" "
" "	"	$\frac{1}{2}$	" "
" "	"	$\frac{1}{4}$	" "
" "	"	$\frac{1}{8}$	" "

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

259, rue St-Paul, Montréal.



Mettez le tabac à fumer

GREAT WEST

bien en vue.

Vos clients se rappelleront ces gros sacs de toile rouge contenant ce tabac si délicieux.

De plus, afin d'activer la vente de ce tabac, nous l'annonçons beaucoup.

Profitez de cette aubaine ; poussez la vente du GREAT WEST, et vous doublerez vos profits en peu de temps.

Ne vous exposez pas à en manquer ; ordonnez-en tout de suite de votre marchand de gros.

EN GROS SACS DE TOILE ROUGE.

ALLUMETTES

Silencieuses

DOMINION

Elles vous assureront plus d'affaires. Une fois
en usage, toujours employées. ∴ ∴ ∴
C'est une spécialité à bons profits pour vous.

DE QUALITE EXCELLENTE

**Meilleures
Allumettes**



**Meilleures
Affaires**

ECRIVEZ - NOUS

The Dominion Match Company, Limited

DESERONTO, ONT.



JAPONETTE CRÊPE

Garanti ne pas changer au soleil ni au lavage.

Le Tissu avec un zigzag permanent qui ne s'effacera pas au lavage.
Pour habillements de dames et d'enfants.

Employé pour 'es kimonos, sous-vêtements, robes d'intérieur, robes d'enfants, blouses, etc., etc.

Dominion Textile Company, Limited
Montréal.



Vendu à meilleur marché que jamais
jusqu'à présent et d'une valeur égale
à n'importe quel tissu, sur le marché
à un prix plus élevé.

GRANDE VENTE

— DE —

REORGANISATION !!

Nous avons un stock considérable de produits alimentaires qu'il nous faut réduire sans faute ces jours-ci afin de faire place à notre nouvelle consignment actuellement en chemin.

Qualité

“ SOLEIL ”

Pureté

Conserves Alimentaires

390 Caisses Petit Pois “ SOLEIL ”

Très Fins, Mi Fins, Fins. Moyens No. 1, Moyens No. 2, Moyens No. 3.

250 Caisses Légumes “ SOLEIL ”

Asperges, Haricots, Flageolets, Macédoines, Tomates Concentrées, etc.

100 Caisses Soupes “ SOLEIL ”

Julienne, Cerfeuil, Oseille.

CHAMPIGNONS FRANÇAIS

Importés de Paris

“ F. LECOURT ”

Extra Choix, 1er Choix, Choix, Gallipèdes.

Ecrivez, Téléphonez, Télégraphiez.

LAPORTE, MARTIN, LIMITEE

568 St-Paul,

MONTREAL.

Tel., Main 3766.



BALANCES CALCULATRICES AUTOMATIQUES

POUR
MARCHANDS PROGRESSISTES.

Prix à partir de \$25.00.

Pèsent de 2 à 100 lbs.

Conditions : Petits versements
mensuels ou au comptant.

Chaque balance garantie.

Plus de 16 ans sur le marché.

Detroit Automatic Scale Company

DETROIT, MICH.

Bureaux dans toutes les grandes villes du Canada.

PUR
CASTILLE



PUR
CASTILLE

UN savon pour les complexions délicates ou pour les fines
lingeries, etc., doit nécessairement être le fruit de l'habileté,
de l'expérience et de l'honnêteté, le tout combiné de pureté. Pour
bien laver, le savon doit d'abord être propre.

Le Savon de Castille "LE CALICE"

n'est pas un savon de suif, il est antiseptique, hy-
giénique, propre. Il ne contient pas de gras animal
corrompu et il est aussi pur que l'huile et l'habileté
peuvent le faire.

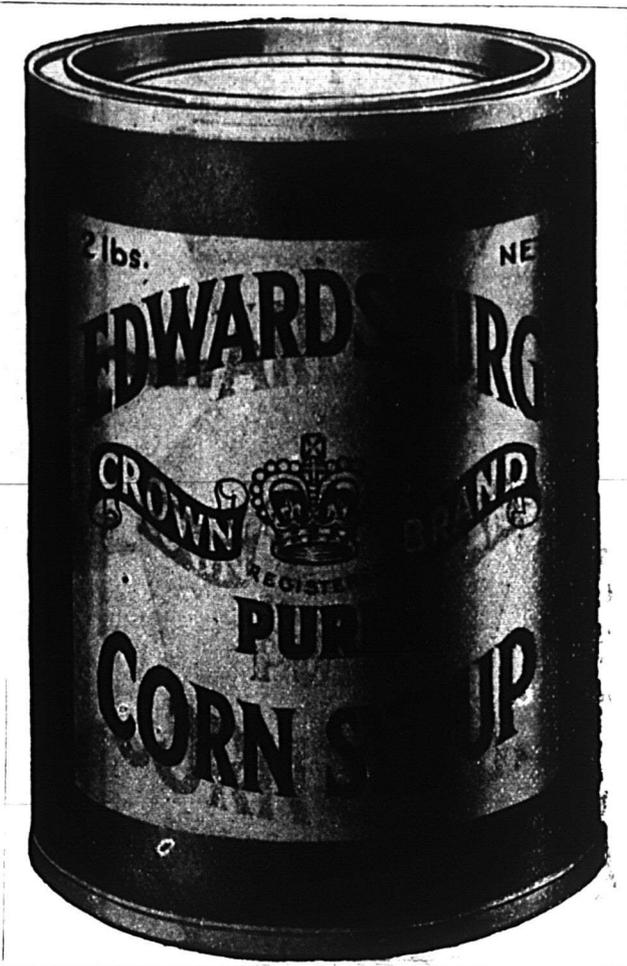
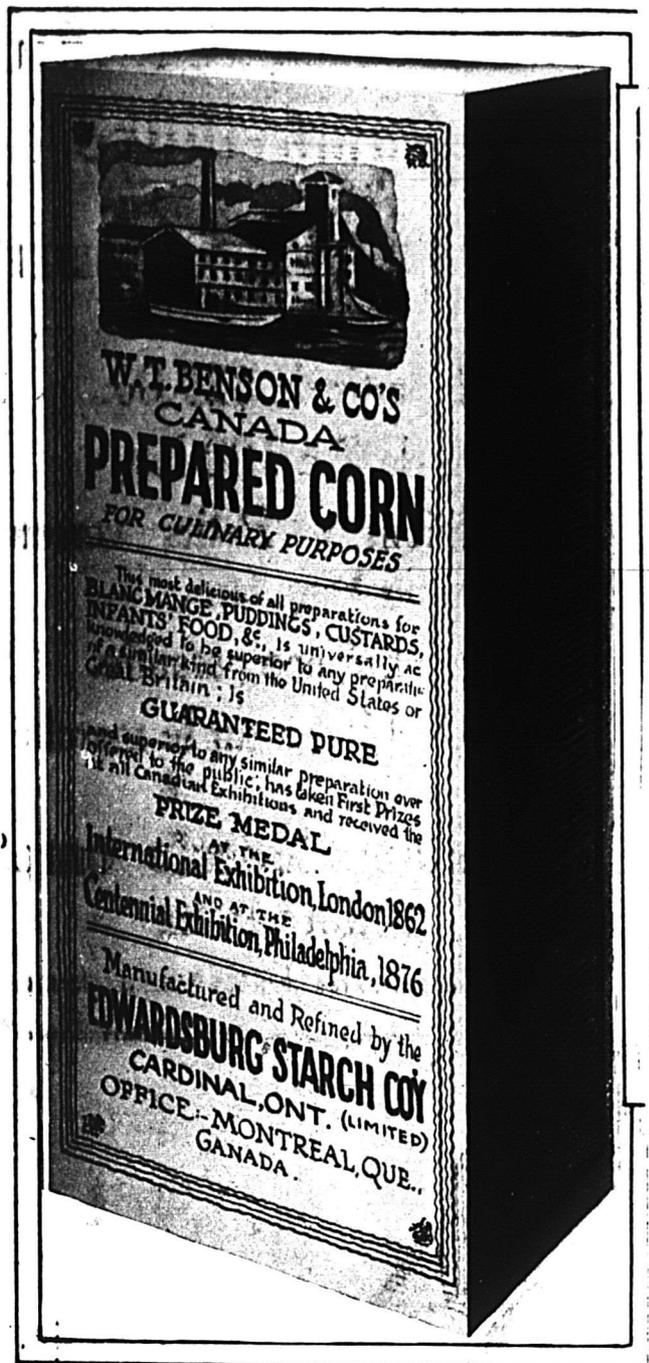
Ne lui substituez aucun autre Savon, M. l'Epicier,
c'est celui que vos clients réclament

NE VENDEZ QUE LE MEILLEUR, C'EST PROFITABLE

Fabriqué uniquement par
D. LECA & Cie, MARSEILLE, France.

ARTHUR P. TIPPET & Co., Seuls Agents
MONTREAL, . . . CANADA.





Deux produits

qui ont permis aux

Epiciers d'établir

DE SPLENDIDES RECORDS DE VENTE.

UNE PUBLICITÉ JUDICIEUSE, appuyée sur plus de 50 ans de MÉRITE EPROUVÉ
 a-crée, pour le Blé d'Inde Préparé de Benson et le Sirop de Blé d'Inde Marque "Crown"
 une DEMANDE NATIONALE—dont vous avez sans senti les effets—et dont vous devriez
 une DEMANDE bénéficier—Pour Votre Plus Grand Profit et Votre Plus Grande Prospérité.

The Canada Starch Co, Limited

Manufacturiers des Marques Edwardsburg.

MONTREAL

CARDINAL

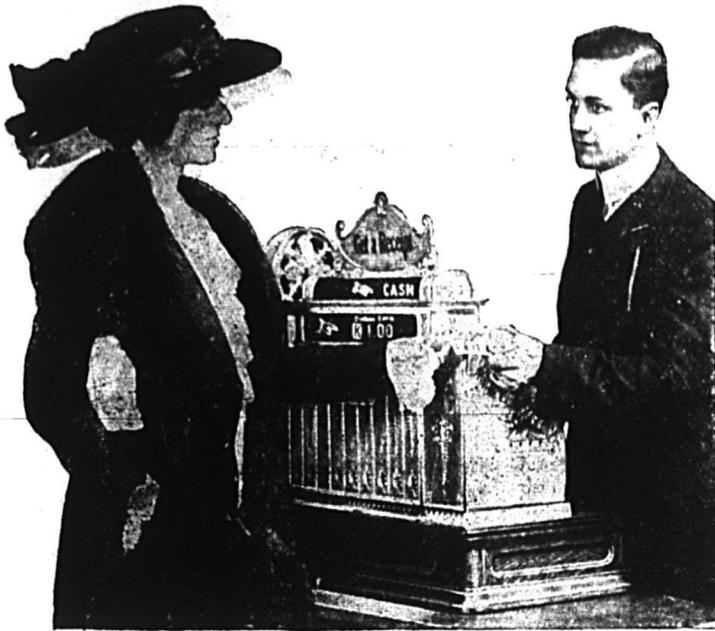
TORONTO

BRANDFORD

ANCOUVER

Le marchand touche son argent

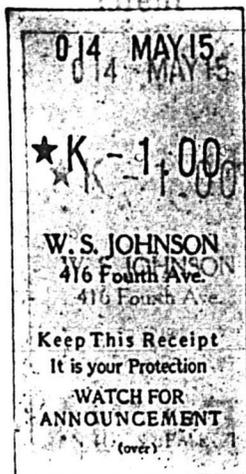
quand le client obtient un reçu.



Le système "Ayez un reçu" force à donner un reçu correctement imprimé au client, ce qui veut dire qu'il y a des duplicata correspondants et non modifiables dans l'intérieur de la caisse enregistreuse pour le marchand et le commis

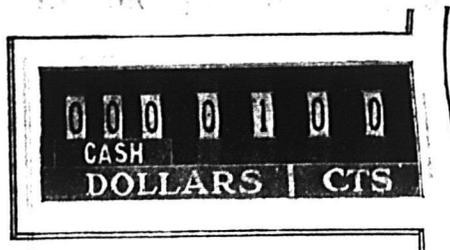
Le reçu imprimé pour le client, le reçu du commis sur la bande des ventes et le reçu du marchand sur les roues servant aux additions, proviennent tous de la même opération de la caisse enregistreuse et par suite doivent être identiques.

Le reçu pour le client



Ce reçu, qui va au client, est imprimé par la caisse enregistreuse.

Le Reçu pour le marchand

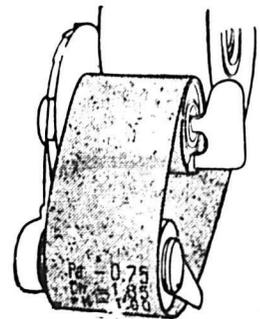


Voici les roues, pour addition qui doivent donner le même montant que le reçu. C'est là le reçu du marchand qui lui permet de garder un duplicata exact et inchangeable.

Les caisses enregistreuses
National se vendent de
\$30 à \$900.

Ecrivez-nous pour avoir les détails complets du système 'Exigez un reçu'.

Le Reçu pour le commis



La bande de ventes, qui doit porter le même montant que le reçu du client et les roues, pour addition, est le reçu du commis qui prouve qu'il a fait correctement la transaction.

The National Cash Register Company

1 et 3, Rue Notre-Dame Ouest, - Montréal.

Les erreurs sont une chose du passé,

là où le marchand est un des soixante - dix mille qui emploient

Une seule Ecriture. **The McCASKEY SYSTEM** La Cessation d'une Corvée.



Là où le Système McCaskey est employé, chaque client a la même inscription de son compte que le marchand — et de la même écriture. Les deux inscriptions sont faites en même temps **D'UNE SEULE ECRITURE.**

Le Système McCaskey épargne le temps, le labeur et l'argent. Il attire de nouveaux clients, il aide à recouvrer les vieux comptes. Il empêche les pertes résultant de l'oubli des inscriptions en compte. Il supprime la tenue de livres inutile.

Le Système McCaskey plaît aux clients profitables parce qu'il leur donne la facilité de contrôler la livraison et le prix de chaque article et leur indique ce qu'ils doivent.

Le Système McCaskey est vendu à des conditions faciles de paiement, si on le désire.

Laissez-nous vous dire comment il rembourse de lui-même son prix.

Demandez le Catalogue aujourd'hui même

DOMINION REGISTER CO., LIMITED

90 - 98 Rue Ontario, Toronto, Canada.

Agences dans les principales villes.

Trafford Park, Manchester, Angleterre.

THE McCASKEY REGISTER CO., ALLIANCE, OHIO, E. U. A.

Manufacturers des Carnets de Vente de Sureté renommés, à double et triple expédition.
Carnets de vente et Simples Carnets au Carbone dans toutes les variétés.

SUCCURSALES: New-York, Boston, Pittsburg, Chicago Minnéapolis, Kansas City, San Francisco, Atlanta, Memphis, Washington

LES PIONNIERS CANADIENS



LE "SERVICE COMMERCIAL" EST IMPORTANT.

Le Camion Brantford répond seul aux nombreux problèmes impliqués dans la déclaration ci-dessus.

Achetez le Camion qui a traversé la période d'essai et soyez certain d'un bon service.

RENSEIGNEMENTS SUR DEMANDE.

BRANTFORD MOTOR TRUCK CO., LIMITED, BRANTFORD, CAN.

Ne négligez pas les chances
que vous avez de faire de bonnes
affaires sur le Cacao. Les gens en
consomment de plus en plus, sur-
tout du

COWAN'S PERFECTION COCOA

(Etiquette Maple Leaf)

car ils trouvent qu'il a nombre d'a-
vantages sur le thé et le café.

Les épiciers clairvoyants accordent
maintenant une attention spéciale
au cacao.

The COWAN CO., LIMITED

Toronto, - - - Canada

LES ANNONCES PAR AFFICHE

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



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

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

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

Edifice Dominion Express, Montréal.

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

Mis en paquets
de 5c, 10c, 25c,
30c et 35c



En paquets
par chemin,
étain
et carton.

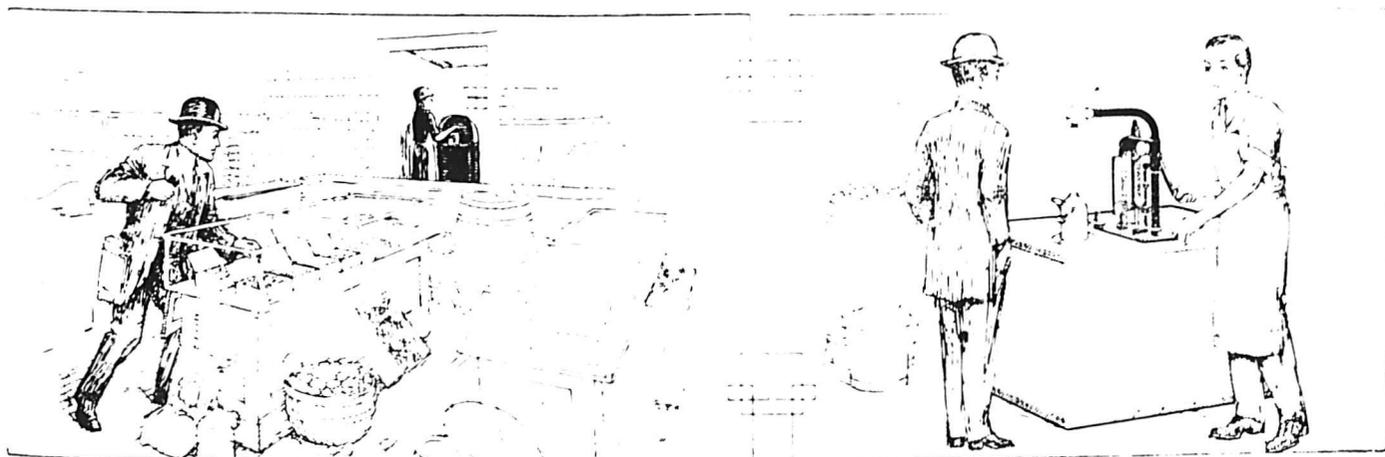
Les Premiers.

Les biscuits Soda les plus légers et les plus croustillants qu'on fabrique. C'est le plus grand paquet, mis sur le marché, pour le prix. En fabriquant les biscuits de fantaisie de Crothers on surveille avec beaucoup de soin tous les détails pour obtenir une qualité supérieure. Il en résulte un biscuit parfait.

Fabriqué par

W. J. Crothers & Co.

KINGSTON, ONT.



LE RÉSERVOIR DE SURETÉ ET À MESURE AUTOMATIQUE DE BOWSER, POUR L'HUILE, PEUT ÊTRE PLACÉ DANS UN ENDROIT COMMODE DU MAGASIN,

parce qu'il est propre et ne laisse pas échapper d'huile pour tacher le plancher ni abîmer les articles alimentaires. Le réservoir ancien doit être tenu dans un hangar ou une cave, ce qui vous force à quitter le magasin pour aller tirer de l'huile. L'Appareil Bowser est pourvu d'une soupape automatique qui arrête l'écoulement de l'huile aussitôt qu'on cesse de pomper, de sorte qu'il n'y a jamais d'épanchement; l'appareil dispense des vilaines mesures huileuses et de l'entonnoir. Le calculateur vous dit ce qu'il faut charger, et l'indicateur flottant montre la quantité d'huile qui reste dans le réservoir. De fait, pour vendre de l'huile avec profit et profit, il vous faut un Appareil Bowser. Demandez notre Brochure Gratuite sur la manière de tenir et de vendre l'huile.

S. F. BOWSER & COMPANY, Inc., 66 - 68 AVENUE FRAZER

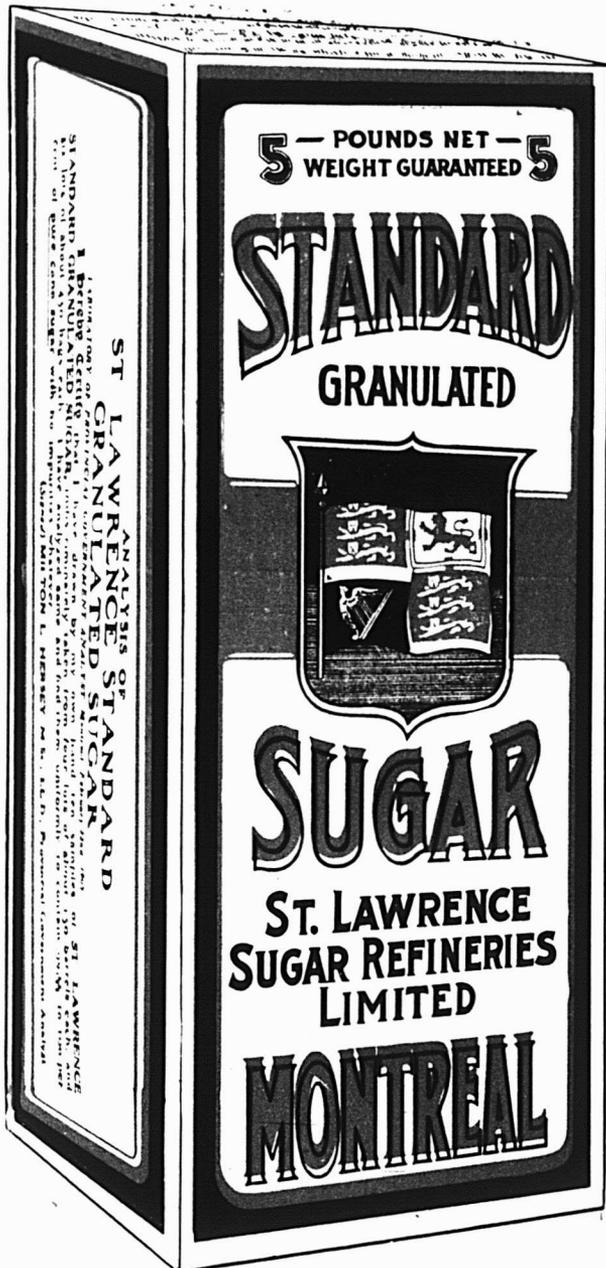
TORONTO, Ontario.

Fabriqué par des Ouvriers Canadiens et vendu par des Vendeurs Canadiens.

Concessionnaires du brevet et fabricants des pompes à main ou à force motrice artificielle enregistrant d'elles-mêmes leur débit des réservoirs de toutes dimensions, des systèmes d'emmagasiner le pétrole et l'huile, des conduites à enregistrer la consommation, des systèmes pour la filtration et circulation du pétrole, des systèmes de nettoyage à sec, etc.

Bureaux en toutes villes et représentants partout.

St. Lawrence Sugar



L'attention des commerçants est particulièrement attirée sur ces nouvelles boîtes en carton, contenant du **Sucre Granulé St. Lawrence**, on ne se sert que du sucre de premier choix pour remplir ces boîtes attrayantes et comme le consommateur peut toujours compter sur une bonne qualité et un grain uniforme, ce sucre constitue une excellente spécialité à tenir, donnant entière satisfaction à l'épicer-détaillant aussi qu'à ses clients. En raison de la qualité supérieure du sucre, on peut toujours obtenir un bon prix pour le **St. Lawrence granulé**, empaqueté dans ces boîtes en carton de 5 livres et de 2 livres.

St. Lawrence Sugar Refineries Limited
MONTREAL



Les Marchandises Sterling "créent la clientèle et parce que Sterling veut dire tout ce que le mot implique elles créent l'espèce de clientèle qui s'attache au boutiqueur.

Restez bien Approvisionnés

pendant toute l'année de marchandises de marque STERLING.

Pickles Sterling
 Pickles sucrés Sterling
 Chow-chow Sterling
 Pickles mélangés Sterling
 Gerkins Sterling

Marmelades Lytle
 Vins Lytle
 Jus de citron Lytle
 Vinaigre de framboises Lytle
 Catsups Lytle



La qualité est excellente pour toutes les marchandises sur lesquelles est marqué le nom de cette maison depuis longtemps fondée.

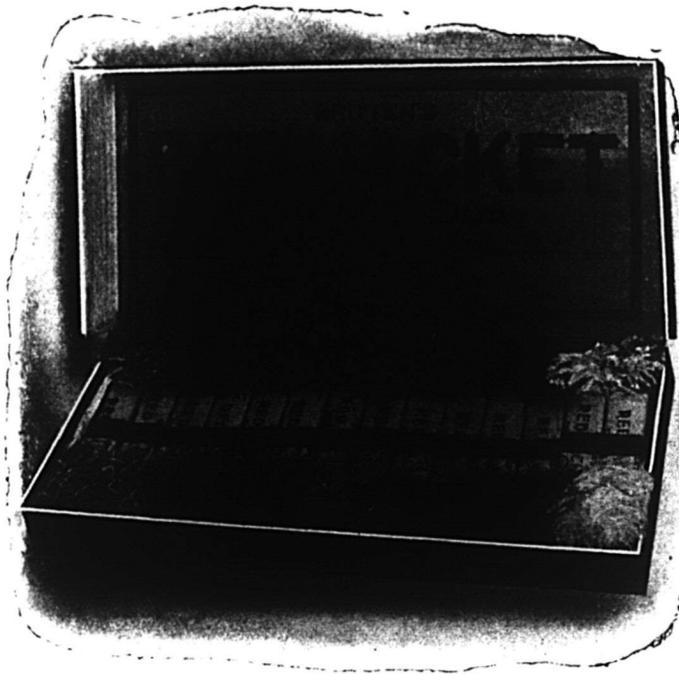


The T. A. LYTLE CO., Limited
 STERLING ROAD, TORONTO, Can.

LA GOMME RED JACKET



IL Y A
66 et 2-7%
De profit pour
VOUS
M. le Détaillant,
dans la
vente de



Et vous ferez
plaisir à
votre client
en lui vendant
cette marque
de
GOMME



'RED JACKET'

DE BRITTEN

Préparée
par

CANADIAN CHEWING GUM CO.,
LIMITED, . . . TORONTO.

Qui Garantit sa Qualité.

Succursale à Montréal, 11 Rue St-Nicolas.

C'est au printemps surtout qu'on vend du cirage



Le brillant presque permanent que donne à la chaussure le cirage 2 DANS 1 a fait de celui-ci le plus populaire de tous.

Il ne contient ni térébenthine ni aucun autre ingrédient détruisant le cuir.

Notre publicité considérable parmi les personnes qui emploient du cirage est d'une valeur illimitée pour vous — maintenez votre stock à la hauteur de la demande.

Stock 2 dans 1 pour chaussures noires.

“ 2 dans 1 pour toile blanche ou cuir blanc.

“ 2 dans 1 pour chaussures tan.

Si vous ne tenez pas le 2 DANS 1, donnez aujourd'hui à votre fournisseur en gros une commande d'essai.

The F. F. DALLEY CO., Limited

BUFFALO, E. U. A.

HAMILTON, Can.

Toujours Croissant—



Le volume des ventes de “RICHARD'S QUICK-NAPHTHA” et de “RICHARD'S PURE SOAP” manufacturés à Woodstock, indique une augmentation bien marquée chaque mois. Il doit y avoir quelque bonne raison pour cela,—les ménagères apprécient les qualités de ces savons—très économiques et très efficaces sans qu'on ait besoin de frotter beaucoup.

LES
MEILLEURES
SPECIALITES



Il y a aussi une BONNE RAISON pour laquelle vous devriez vendre ces savons.

A 5c.

VENDUS CHEZ TOUS LES MARCHANDS DE GROS.

A PROPOS DU MAÏS ROULÉ

N'avez-vous pas remarqué combien il est difficile de vendre différentes imitations de notre produit qui ont été placées sur le marché? Vous n'aurez pas d'ennuis de ce genre si vous emmagasinez les originels et seuls véritables. :: :: ::

Kellogg's Toasted Corn Flakes

Pas de capital immobilisé à cause de la lenteur de la vente des marchandises. Notre énorme publicité et la grande popularité de notre produit, c'est votre garantie d'une vente sûre et rapide.

Votre Clientèle n'a besoin que d'une sorte de maïs roulé, et c'est du KELLOGG.

BATTLE CREEK TOASTED CORN FLAKES CO., LTD.

LONDON, Canada.



M. LE MARCHAND,

Nous faisons déjà des affaires avec la plupart d'entre vous ; mais il y en a encore quelques-uns que nous n'avons pas intéressés.

Aimeriez-vous à recevoir un de nos vendeurs compétents avec un assortiment complet de nos échantillons ? Nous avons bonne confiance que vous serez intéressés si vous jetez seulement un coup d'oeil sur notre étalage si varié ; il ne vous en coûtera rien et vous ne serez nullement dans l'obligation d'acheter.

Nous manufacturons une grande variété de biscuits et d'articles de confiserie et chaque fois que nous avons vendu de nos produits, les marchands ont toujours bien voulu nous envoyer des ordres de renouvellement. Nos articles sont de très haute qualité et empaquetés d'une manière attrayante.

Nos mélanges, menthes, crèmes, caramels, marchandises en grandes quantités (150 spécialités), marchandises en bouteilles, chocolat de haute qualité, se vendent tout de suite. Nous avons une telle série attrayante de biscuits et de bonbons que l'espace ne nous permet pas de les énumérer. Nous avons des spécialités à prix modérés ainsi que des articles de haute qualité.

Voulez-vous nous donner une occasion d'entrer en relations avec vous ? Envoyez-nous une carte et dites-nous que vous aimeriez à ce que notre voyageur vous rende visite, porteur d'échantillons. Permettez-nous de vous montrer seulement comment nous faisons des affaires et comme nous prenons soin de vos intérêts.

Nous nous targuons d'avoir un personnel de commis-voyageurs qui est au-dessus de la moyenne et qui s'occupera de vos intérêts d'une manière digne d'hommes d'affaires.

ECRIVEZ-NOUS IMMEDIATEMENT, CELA VOUS RAPPORTERA.

THE MONTREAL BISCUIT CO.

**MANUFACTURIERS DE
BISCUITS ET SUCRERIES
MONTREAL.**

Sur demande nous envoyons gratuitement notre calendrier attrayant



La Poudre

“ MESSINA ”

pour Limonade

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

ROSENHEIM & JONAS

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

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

HENRI JONAS & CIE.,

SEULS PROPRIETAIRES

MONTREAL.

Directions pour l'usage de la poudre à Limonade “MESSINA”

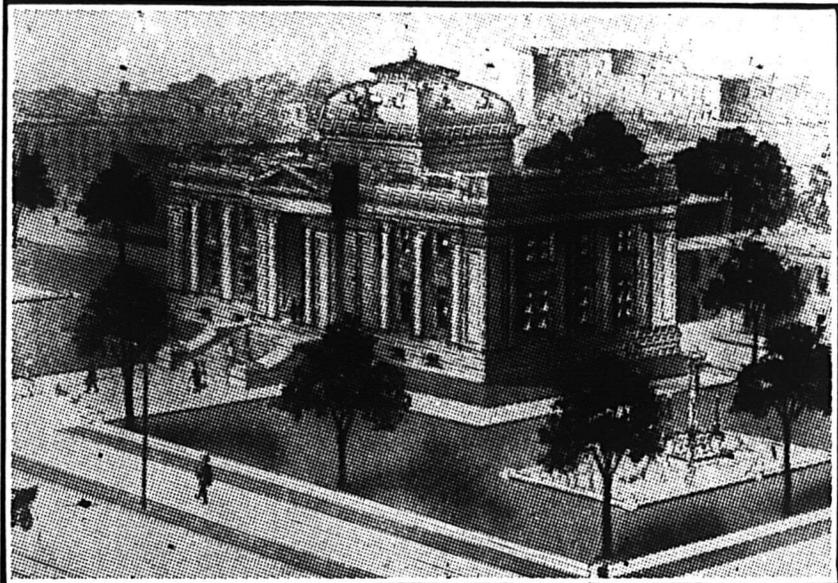
Dissolvez 1 à 2 cuillerées à thé dans un verre d'eau, il n'y a pas besoin de sucre.

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

MAISONNEUVE

“ La Pittsburg du Canada ”

Offre beaucoup plus d'avantages que toutes autres villes du Canada pour l'établissement de Manufactures et d'Industries, tout en étant une véritable mine d'or au double point de vue immobilier et mercantile. :: :: ::

Population il y a 10 ans : 5,000. Aujourd'hui : 33,000.		Valeur impos- sable il y a 10 ans : 3 millions. Aujourd'hui : 33 millions.
--	---	---

L'HOTEL DE VILLE.

GRACE A UNE EXCELLENTE ADMINISTRATION
 et à de
 SAGES MANIERES D'AGIR AVEC LES PLACIERS,

Le Conseil de Ville de Maisonneuve a fait de
 cette municipalité la Plus Prospère du Dominion.

Les Manufacturiers peuvent obtenir tous les renseignements désirables en s'adressant à

M. G. ECREMENT

Secrétaire-Trésorier.

MAISONNEUVE,

QUEBEC,

CANADA.

**QUAND UN ARTICLE PORTE
CETTE MARQUE,**



**Vous pouvez avoir
Confiance en sa Qualité**

United Shoe Machinery Company of Canada

Montréal, Qué.

FORCE—La Céréale de Premier Choix dans le Monde Entier.—Elle l'Est Logiquement !

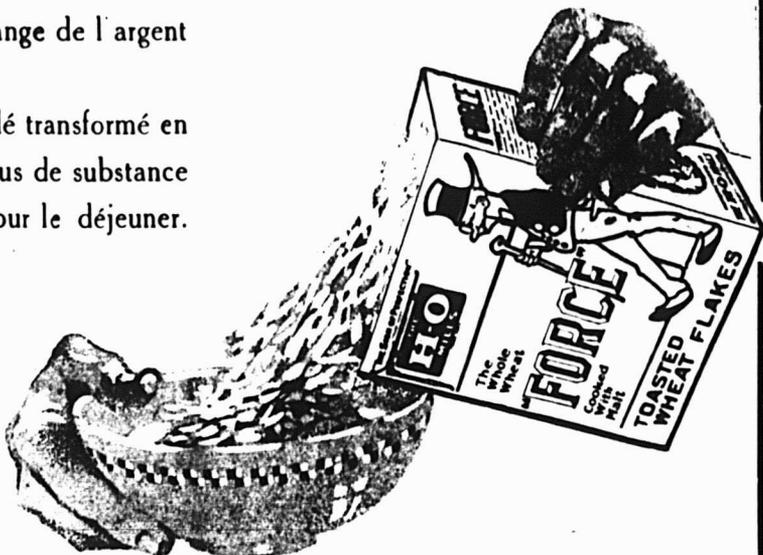
Comme épicier, vous en savez plus sur la valeur des produits alimentaires qu'une personne ordinaire. Vous apprécierez par suite FORCE. Vous désirez naturellement fournir la meilleure valeur qu'il vous est possible en échange de l'argent de votre client.

"Force" est le meilleur produit à base de blé transformé en malt, mis sous forme de flocons ; il contient plus de substance alimentaire effective que tout autre céréale pour le déjeuner.

Le procédé de fabrication de Force est aussi exclusif que la marque de fabrique "Sunny Jim". Est-ce que tous vos clients connaissent "Force" ? Parlez-leur-en.

FABRIQUÉ PAR

The H-O Company
HAMILTON.



Le Soda à Pâte "Cow Brand."

Pour donner satisfaction et profit, il n'y a pas de ligne de Soda à Pâte aussi bonne que celle de COW BRAND.

Il est invariablement pur, plein de force, digne de confiance et est en demande constante de la part des ménagères soigneuses !

Commandez-en à votre fournisseur en gros.



CHURCH and DWIGHT
MANUFACTURIERS Limited
MONTREAL

EASIFIRST



Le Sens des Affaires— Economise les Dollars

POURQUOI ACHETER

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

Garanti pour satisfaire les goûts les plus difficiles.

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

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

Gunn, Langlois & Cie, Limitée
MONTREAL.

G

"LES MEILLEURES"

G

Emmagasinez maintenant les boissons de Gurd.**LE GINGER ALE SEC DE GURD**

est maintenant un article qu'on peut se procurer — Fait d'eau distillée, claire, salubre, légère et de "haute qualité" à tous égards.

**L'EAU CALEDONIA DE GURD—LE NECTAR DE POMME DE GURD—LE GINGER ALE DE GURD—
L'EAU DE SELTZ SURCARBONATEE DE GURD**

sont demandés d'un océan à l'autre.

ECRIEZ POUR AVOIR UNE LISTE DE PRIX.**BUVEZ DES LIQUEURS DE GURD VOUS-MEME!**

Les premières médailles à Paris, France ; à Londres, Angleterre ; à Chicago, Montréal, Ottawa, etc.

G

Charles Gurd & Co., Limited, Montréal, Qué.

G

LA MARQUE KING n'a pas d'égale. Nous pouvons offrir les meilleures marchandises au plus bas prix. Un marchand nous écrit. "Vos marchandises sont certainement excellentes."**CONFITURES** (Composées) **CONFITURES****MARQUE KING**

Ces confitures sont préparées en seaux de 5 livres (couvercle à friction) et de 7 livres ; en pots en verre et en seaux en bois.

COURTIERS DE QUEBEC, VOICI VOTRE CHANCE.**LABRECQUE & PELLERIN, MONTREAL**

Agents :

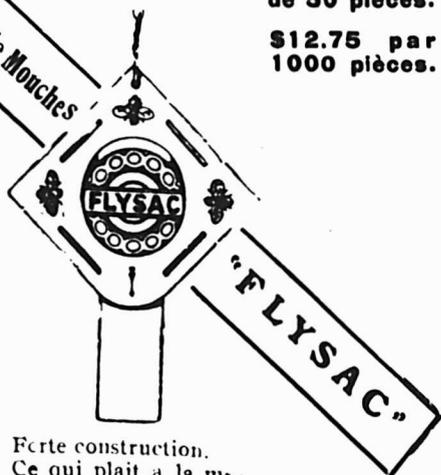
Provinces Maritimes, J. Hunter White,

Province de l'Ouest. J. J. Gilmour & Co., Winnipeg.

PROFIT DE 100%

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

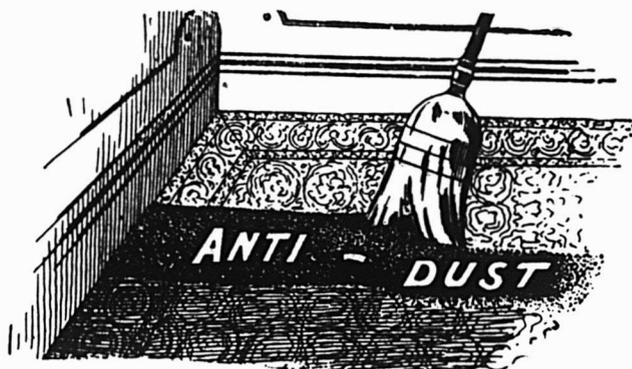
L'Attrapeur de Mouches

70c par boîte
de 50 pièces.\$12.75 par
1000 pièces.Quelques faits à
signaler :Fermeture her-
métique.

Pas de coulage.

Grande lon-
gueur de ruban.Les mouches ne
peuvent pas
s'échapper.Forte construction.
Ce qui plaît à la me-
nagère :
Une propreté parfaite.**HODGSON, SUMNER & CO., LIMITED**

345-351 rue St-Paul, Montréal.

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

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

ANTI-DUST

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

**CHACUN,
PARTOUT.**

Demandez nos prix spéciaux d'ouverture.

Département des nouvelles affaires.

**The Sapho M'fg Co., Limited.
MONTREAL**

La grande combinaison pour gagner de l'argent

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

Ces trois classes emploient beaucoup de

INTERNATIONAL STOCK FOOD

et de Spécialités Internationales.

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

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

ILS EN SAVENT LA VALEUR

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

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

INTERNATIONAL STOCK FOOD CO., Limited, TORONTO



Facilitez à la ménagère les travaux de cuisson.

La majorité des femmes se font un orgueil de faire de beaux gâteaux, du beau pain et de la belle pâtisserie—elles aiment qu'ils aient un goût uniforme, qu'ils soient cuits à point et également et, pardessus tout, qu'ils aient bon goût. Donnez leur le

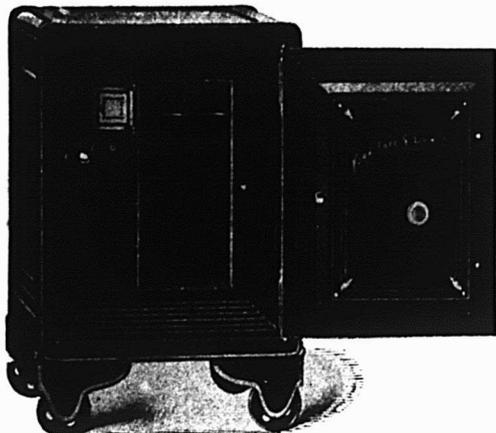
Sel de Table Windsor

et vous rendrez leurs succès plus certains. Un sel médiocre fait une pâtisserie médiocre—tout s'affaisse après avoir travaillé durant des heures au dessus d'un poêle surchauffé et c'est un grand désappointement. Aidez la ménagère à éviter cela.

CANADIAN SALT CO., LIMITED
WINDSOR, ONTARIO.

MONSIEUR LE MARCHAND,

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



Ecrivez-nous pour tous renseignements à ce sujet.

J. A. YOUNG, J. E. BEDARD, & A. E. F. EGGLETON

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

LA MACHINE A 10 TOUCHES

Dalton

EST RECONNUE ETRE

SANS RIVALE

POUR LES

Additions,
Soustractions,
Divisions
et Multiplications.

Demandez notre catalogue, ou venez nous voir.

CIE DALTON

12 Edifice Coristine

MONTREAL

Telephone : MAIN 1346

AUX CULTIVATEURS :

Nous recevons la crê ne des sé-
parateurs à main.

MONTREAL DAIRY COMPANY
LIMITED

290 Ave. Papineau
MONTREAL.

Votre clientèle pour les
OLIVES

est de 100% plus considérable maintenant qu'elle ne l'était il y a 10 ans. Le goût pour cet article de table se fait de plus en plus prononcé. L'augmentation de la clientèle canadienne est due aux

D. W. C.
OLIVES ESPAGNOLES

Les Olives Espagnoles du meilleur choix seules sont utilisées — toutes grandeurs et variétés de styles.

Demandez-en une quantité d'essai au représentant de votre fournisseur.

ROWAT & CO.

Glasgow, - - - Ecosse.

Distributeurs Canadiens.

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

Il vous sera profitable de vendre
SNAP

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

Tout le monde a besoin de **SNAP**

SNAP COMPANY, Limited.
MONTREAL, Qué



St. Lawrence
Sugar

100% de PUR Sucre de CANNE, mis en grains de trois différentes grosseurs.
ETIQUETTE ROUGE Grain Fin **ETIQUETTE BLEUE** Grain Moyen **ETIQUETTE VERTE** Gros Grain
La grosseur du grain de ces diverses marques ne variera jamais.



LES BISCUITS

Qui Edifient un Commerce.

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

Soda à la Crème Perfection de Mooney

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

The Mooney Biscuit AND CANDY CO., LIMITED

Manufactures à

Montréal, Stratford, Winnipeg,
Vancouver.

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

Etabli en 1892 Résidence;
Tel. Main 2441 684 rue Adam, Maisonneuve
Tel. Marché. 53 Tel. LaSalle 96

ELIE CHARBONNEAU MARCHAND DE FRUITS

Spécialité: Patates de Choix.

70-71 Marché Bonsecours.
MONTREAL

La Farine Préparée de Brodie

Vous Conserve Vos Clients.

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

UN BON VENDEUR.

Voyez le coupon des épiciers dans chaque paquet.

Brodie & Harvie, Limited.

14 et 16 Rue Bleury,

Tél. Main 436.

MONTREAL.

LES FEVES AU LARD de CLARK

Ordinaires, Chili, A la Sauce Tomato

Vous êtes-vous arrêté jamais à considérer, M. le Marchand, cette question: En qui devez-vous avoir confiance pour GAGNER DE L'ARGENT, de ces marques inconnues que vous pouvez vendre UNE FOIS DE TEMPS A AUTRE, ou de la marque que le public connaît et qui SE VEND TOUT LE TEMPS?

Ne trouvez-vous pas que les FEVES AU LARD DE CLARK sont toujours de plus en plus recherchées?

Nous permettez-vous d'en donner quelques raisons!

Le but de CLARK est de donner au public un produit de QUALITÉ. Il n'y parvient qu'en employant les meilleures manières premières et en employant les meilleures méthodes de préparation.

La publicité énorme et continuelle de CLARK est calculée pour VOUS AIDER en tenant le public bien informé en tout temps.

La qualité de Clark vous garde de vieux amis.

La publicité de Clark vous en fait de nouveaux.

Les marchandises de Clark augmentent le volume de vos affaires.

Wm. CLARK - - Montréal

Le Prêt Immobilier, Limitée

244 Rue Ste-Catherine Est,
Montréal.

Phone Bell Est 5779

BUREAU DE DIRECTION:

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

SI VOUS AVEZ BESOIN DE CAPITAL

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

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

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

Ecrivez ou téléphonez pour avoir la brochure explicative gratuite.

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

IMPORTANT

Les Epiciers détaillants

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



Baker's Cocoa and Chocolate

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

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

Manufacturées uniquement par

WALTER BAKER & CO.,
Limited.

Montréal, Can. Dorchester, Mass
ETABLIE EN 1780.

LACAILLE, GENDREAU & CIE

Successeurs de CHS. LACAILLE & CIE.

EPICIER EN GROS

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

Spécialité de Vins de Messe de Sicile et de Tarragone.

329 Rue St-Paul et 14 Rue St-Dizel
MONTREAL.

CONFITURES PURES DE UPTON



CONFITURES PURES
NOUVELLE SAISON,
DE UPTON
MAINTENANT PRETES

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

PURE MARMELADE
D'ORANGE DE
UPTON

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



Allez à Baltimore du 8 au 13 juin

Durant la deuxième semaine de juin, 10,000 agents de publicité et hommes d'affaires seront accueillis à Baltimore.

Dans une série d'assemblées d'ouverture, pendant près d'une semaine, le grand problème de la publicité et de la vente sera discuté par les hommes d'affaires les plus progressistes et les plus heureux. Tous les problèmes de la mise sur le marché et du trafic des marchandises que les manufacturiers ont à étudier seront discutés par des gens qui ont eu à les étudier et qui les ont résolus.

Ces problèmes sont les vôtres ; ces gens-là sont ceux qui peuvent vous aider en vous disant ce qu'ils ont fait et comment ils s'y sont pris. Cette occasion, c'est la neuvième

Convention Annuelle des Clubs Associés de Publicité

d'Amérique. Des délégués et des membres de 135 clubs de publicité de toutes les régions des Etats-Unis et du Canada seront là — chaque section — chaque intérêt commercial — chaque phase de l'activité industrielle seront représentés.

Arrangez-vous maintenant pour assister à cette convention ; il n'est pas nécessaire que vous soyez membre d'un club — La population de Baltimore accueillera les bras ouverts tous les hommes d'affaires et leur donnera cette hospitalité, cordiale, généreuse, qui lui a acquis un si grand renom.

Peu importe la quantité de publicité que vous faites ou que vous pensez à faire, cette Convention sera le plus puissant auxiliaire pour les affaires qu'on ait jamais mis à votre disposition. Votre genre d'affaires, votre espèce de publicité et d'autres problèmes seront discutés par des hommes qui savent.

Si vous ne pouvez venir vous-même, envoyez l'homme qui a charge de votre publicité. Des détails complets au sujet du programme, des taux de frais généraux de voyage, etc., seront fournis par le

Bureau de la Convention

DES CLUBS ASSOCIES DE PUBLICITE D'AMERIQUE

1 rue Calvert Nord, - Baltimore, Md.

LE PACIFIQUE CANADIEN

LES TRAINS PARTENT DE MONTREAL

De la Gare Windsor pour :

BOSTON, LOWELL, *9.00 a.m., *8.00 p.m.
TORONTO, CHICAGO, *9.05 a.m., *10.00 p.m. et *11.15 p.m., pour TORONTO-NORD.
OTTAWA, †8.05 a.m., †8.40 a.m., †9.15 a.m., †4.00 p.m., †7.45 p.m., *9.50 p.m., *10.30 p.m.
SHERBROOKE et LENNOXVILLE, *8.25 a.m., †5.00 p.m., *7.25 p.m.
HALIFAX et MONCTON, *7.25 p.m.
ST-JOHN, N. B., *7.25 p.m.
ST-PAUL, MINNEAPOLIS, *9.50 p.m.
WINNIPEG, VANCOUVER, *10.10 a.m. *10.30 p.m.

De la Gare Viger pour :

QUEBEC, †9.00 a.m., *1.30 p.m., *5.00 p.m., *11.30 p.m.
TROIS-RIVIERES, *9.00 a.m., *1.30 p.m., *5.00 p.m., †5.55 p.m., *11.30 p.m.
SHAWINIGAN FALLS et GRAND'MERE, *9.00 a.m., †1.30 p.m. *5.00 p.m.
JOLIETTE, †8.15 a.m., †9.00 a.m., †11.40 p.m. †5.20 p.m.
SAINT-GABRIEL, †9.00 a.m., †5.20 p.m.
OTTAWA, *8.00 a.m., *5.45 p.m.
SAINTE-AGATHE, *8.10 a.m., *9.15 a.m., †9.30 a.m. †11.00 p.m. †1.15 p.m. †2.15 p.m. †4.00 p.m. †4.50 p.m. †5.10 p.m.
NOMININGUR, *9.15 p.m., †11.00 p.m. †4.50 p.m.
(* Quotidien. (†) Quotidien, excepté dimanche. (§) Dimanche seulement. (i) Samedi seulement. (h) Samedi et Dimanche seulement. (k) Vendredi seulement.

BUREAU DES BILLETS :

141-143 rue Saint-Jacques

EDIFICE DOMINION EXPRESS

Durant les Vacances

Les personnes en villégiature s'entraînent trop souvent à des indigestions dangereuses par des excès de table provoqués par le grand appétit que leur donne l'air libre de la campagne.

Le Marchand de la Campagne devra donc s'assurer d'avance un bon stock de la fameuse

Eau Purgative
RIGA

souveraine contre l'indigestion et tous les troubles d'estomac.

L'Eau Purgative RIGA amènera des clients à son magasin s'il a eu la précaution de faire savoir qu'il tient cet article indispensable.

Société des Eaux Purgatives "RIGA"

215 Rue Notre-Dame Est, Montréal.

Tél. Main 6473



TANGLEFOOT

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

Saindoux Composé

LAING'S

Reconnu comme le meilleur sur le marché.

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

Son Prix est raisonnable.

MATTHEWS-LAING LIMITED

Rue Mill. . . MONTREAL.

FAITES - BIEN COMPRENDRE LES RAISONS

Dites à vos clients pourquoi ils devraient employer les marchandises annoncées dans cette page — la satisfaction est certaine — et les profits sont bons.

Le Cordial de Jus de Citron de Stower

est préparé au moyen de jus fraîchement extrait en pressant des citrons et toutes les impuretés en sont soigneusement éliminées. Il ne fermentera pas et il est adouci au moyen du sucre de pain le mieux raffiné.

Le Cordial de Jus de Citron de "Stower" est l'une des plus populaires boissons. Il est délicieux — étanche la soif — maintient le sang et les organes digestifs en excellent état.

COCO FRUITINE *Beurre de Légumes*

Au point de vue seul de l'économie, une femme aura intérêt à constater les mérites de Coco Fruitine pour sa cuisine et sa pâtisserie. Sa pureté absolue et sa saveur très délicate cependant ainsi que son évidente supériorité sur le beurre, l'huile ou le lard, le recommandent immédiatement à la ménagère économe. *Nourrissant, agréable au goût.*

LE POISSON EN CONSERVES MARQUE "THISTLE"

Les acheteurs de marchandises de haute qualité désirent particulièrement le poisson de la marque Thistle — elle satisfait si délicieusement l'appétit qu'"essayer" de vendre autre chose que la marque Thistle à quiconque l'a goûtée serait inutile. Les Merluches en boîte, les Homards de fantaisie, les Harengs fumés et salés et les Harengs à la sauce tomates de la marque "Thistle" sont mis en boîtes à l'endroit où on les prend — au bord de l'eau. Vendez les articles portant la marque "Thistle," vous vendrez les meilleurs articles en ce genre.

ARTHUR P. TIPPET & COMPANY

MONTREAL, . Agents . TORONTO.



Tenez un bon stock

des Soupes Evaporées Edwards' a l'année Les Soupes Edwards' se vendent bien du fait qu'elles sont si intensivement annoncées — elles se vendent encore et encore du fait qu'elles sont si bonnes

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

EDWARDS' DESICCATED SOUPS

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

WM. H. DUNN

396 rue St-Paul, . MONTREAL

Représentant pour la Province de Québec et les Provinces Maritimes

Achetez le meilleur

Corde pour Châssis, marque "Hercules"

Corde de Coton, marque "Star"

Articles de Vêtements, en Coton,

Ficelle de coton, 3 et 4 fils

En vente dans toutes les Principales Maisons de Gros.

The Hamilton Cotton Co.

HAMILTON, Ont.

CHARBON

Anthracite et Bitumineux.

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

GEORG HALL COAL CO. OF CANADA, LIMITED.

126 RUE ST-PIERRE, MONTREAL.

YEAST ROYAL CAKES

Epiciers : Une femme se fait un point d'orgueil de la qualité de son pain domestique, et toute tentative de lui substituer une imitation médiocre lorsqu'elle demande les Pains de Levure Royal, peut entraîner la perte, non-seulement de la clientèle de cette femme, mais aussi celle de toutes ses amies qu'elle peut influencer.

ROYAL YEAST CAKES



Fait un Pain Parfait.



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

BLUE LABELBLUE LABEL

LE NOM DE "FAIRBANK"⁶⁶ GARANTIT LE SAVON

LE SAVON FAIRY



Quand nous vous disons que vous pouvez compter sur le SAVON FAIRY, comme étant un vendeur actif et constant, sûr de satisfaire vos clients, c'est que nous savons positivement que le morceau de savon ovale, flottant, blanc et doux est le MEILLEUR qui se puisse vendre à cinq cents et que VOS CLIENTS le savent.

Nous avons annoncé le SAVON FAIRY d'un manière si intensive, que la devise "AVEZ-VOUS UNE PETITE FEE DANS VOTRE DEMEURE ?" signifie "LE MEILLEUR SAVON QUE JE PUISSE ACHETER" dans l'esprit de toutes les femmes.

Ne manquez pas de faire un bon étalage de SAVON FAIRY—il se vend à vue.

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

The N. K. Fairbank Company Limited.
MONTREAL.



La Demande ne Fait Jamais Défaut Pour le Rasoir de Sureté Gillette

Depuis près de dix ans les Marchands Canadiens ont fait de plus en plus d'affaires sur les rasoirs et lames Gillette.

Cette augmentation bien soutenue des affaires a eu pour cause la supériorité marquée à la fois du rasoir lui-même et de la publicité.

Le principe du Gillette est juste—une lame mince comme un pain à cacheter, rendue plus dure d'une façon égale d'une extrémité à l'autre, maintenue d'une manière rigide dans le manche ajustable—ce manche est breveté et exclusif au Gillette.

Les lames Gillette, endurcies par l'électricité et aiguisées sur une pierre à rasoir avec de la poussière de diamant, ont les fils les plus doux et les plus acérés qu'on ait jamais produits.

La publicité de Gillette est vigoureuse, attrayante, d'un caractère d'affaires et PERSISTANTE. Ce n'est pas un effort spasmodique fait dans le but d'approvisionner le plus possible les marchands mais bien une poussée pour la vente pendant toute l'année, poussée qui envoie les clients dans votre magasin.

Vous pouvez emmagasiner des rasoirs Gillette avec pleine confiance de bien les vendre et de vous assurer des amitiés solides et plus d'affaires.

The Gillette Safety Razor Co., of Canada Limited

Bureau et Manufacture.

The New Gillette Building, . . . Montréal.



POUR LA



Pureté Qualité Délicatesse



ET



Valeur Nutritive

IL N'Y A RIEN QUI EGALE

CLARK'S PORK & BEANS

IN CHILI TOMATO SAUCE



THE BEANS OF EXCELLENCE
W. CLARK, MONTREAL