

# PRIX COURANT

Les prix courants  
commerciaux  
de 1927 et de 1928

## VITE, DOUBLEMENT VITE !

### Ne laissez pas \$300.00 vous glisser dans les doigts

**Premier PRIX**  
**\$300.00**

**Ce qu'il peut faire**

Vous procurer un agréable voyage de vacance.

Egayer votre foyer en vous fournissant des choses utiles dont toute la famille se réjouira.

Vous aider à instruire votre famille.

Payer des primes sur une police d'assurance ou acheter une annuité.

## CONCOURS DE MOTS

# D-A-Y-T-O-N S-C-A-L-E-S

## \$2,500.00

en 372 prix en espèces

**Premier PRIX**  
**\$300.00**

**ce qu'il peut acheter**

Vous aider à ACHETER une maison.

Vous aider à MEUBLER une maison.

Vous aider à ACHETER un auto.

Vous aider à ACHETER un canot-automobile.

Vous aider à ACHETER une bibliothèque.

Vous aider à monter un commerce.

*Vous ne pouvez vous permettre de laisser passer une pareille opportunité sans faire au moins un essai.*

LE CONCOURS SERA CLOS LE 15 MARS — NE PERDEZ PAS UN SEUL JOUR.

IL Y AURA 372 PRIX EN ESPECES. QUEL QUE SOIT LE PRIX QUE VOUS GAGNIEZ, C'EST DE L'ARGENT FACILE.

Combien de mots pouvez-vous faire avec les lettres composant les mots suivants:

**D-A-Y-T-O-N S-C-A-L-E-S**

Exemples:—Son, ale, candy, scanty, etc.

Les lettres ne peuvent être employées qu'autant de fois qu'elles paraissent dans les deux mots.

Ce concours est ouvert aux patrons et aux commis des magasins ou rayons de magasins employant les balances, tranche-viande, ou couteaux à fromage, du Canada ou de Terre-Neuve.

Commencez votre liste **DES CE SOIR!**

Ecrivez-nous pour avoir le coupon d'entrée et la circulaire donnant les règlements. Ils vous seront expédiés immédiatement.

## International Business Machines Co., Limited

Contest Department,

300 Campbell Avenue

TORONTO



## NOTRE PUBLICITE PAR AFFICHES

atteint pratiquement toutes les femmes du Canada avec notre message sur la supériorité de O-Cedar.

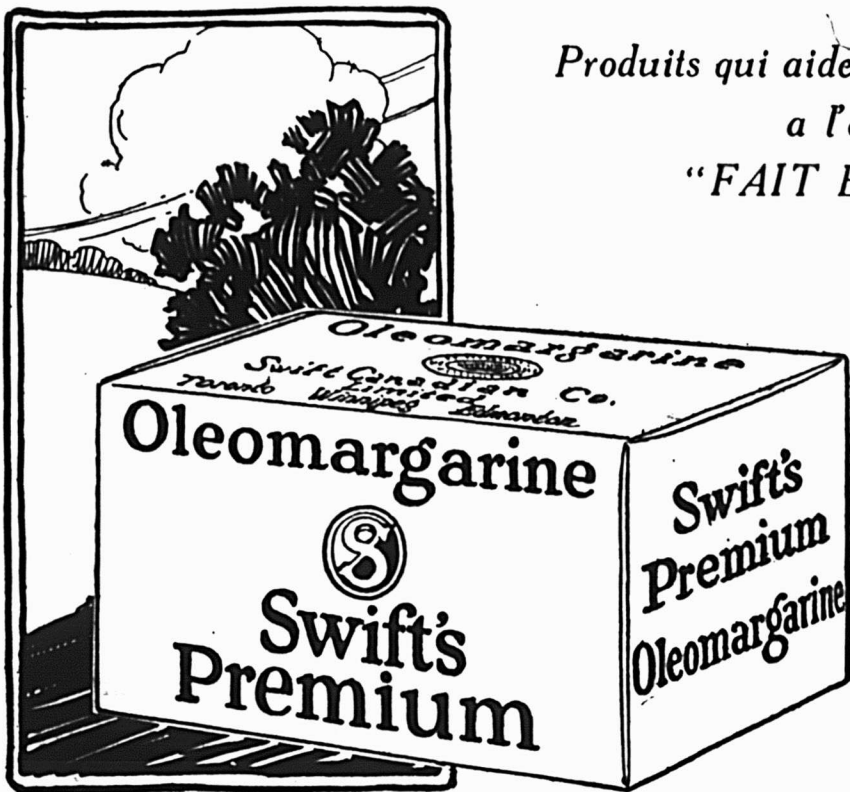
Nous faisons désirer O-Cedar à plus de femmes—augmentant constamment le nombre déjà grand de celles qui ont appris à confier le polissage de leurs beaux meubles et de leurs planchers au poli O-Cedar et à la vadrouille à poli O-Cedar.

Tenez les produits O-Cedar dans un endroit bien en vue et ils se vendront pratiquement d'eux-mêmes.

**CHANNELL LIMITED. Toronto**

# O-Cedar Polish

Produits qui aident à donner de la valeur  
à l'expression  
"FAIT EN CANADA"



# OLEOMARGARINE

"Premium"

"Gem Nut"

## DE SWIFT

COMPAGNONS comme qualité et comme popularité, différant seulement dans leurs ingrédients, "Gem nut" étant un produit purement végétal. "Premium" et "Gem Nut" de Swift sont faits en Canada fraîchement chaque jour — assurant ainsi à votre clientèle un produit frais et hygiénique de qualité supérieure.

Il est profitable pour vous de pousser ces marques parce que notre publicité continue rend leur vente constante et en même temps vous fait épargner les frais de change entre la monnaie canadienne et la monnaie des Etats-Unis sur chaque ligne que vous achetez tout en satisfaisant la demande de votre clientèle pour un produit de qualité.

Commandez à notre voyageur  
ou directement.

La Compagnie  
Canadienne Swift  
Limitée



Bière et Porter

# Black Horse

de DAWES

Les modèles depuis 1811

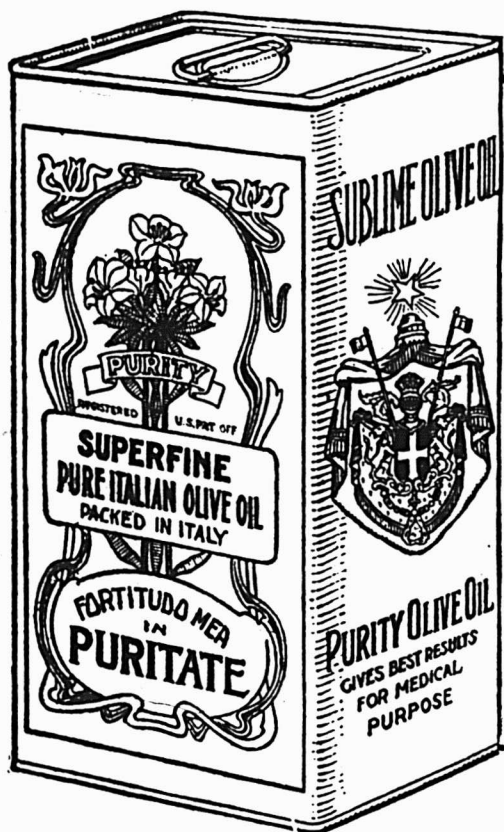
**Kingsbeer**

*La meilleure lager et  
la plus pure qui  
puisse être brassée.*

Etiquette Blanche — Etiquette Verte

## VERITABLE HUILE D'OLIVE PURE

### A DES PRIX GRANDEMENT REDUITS

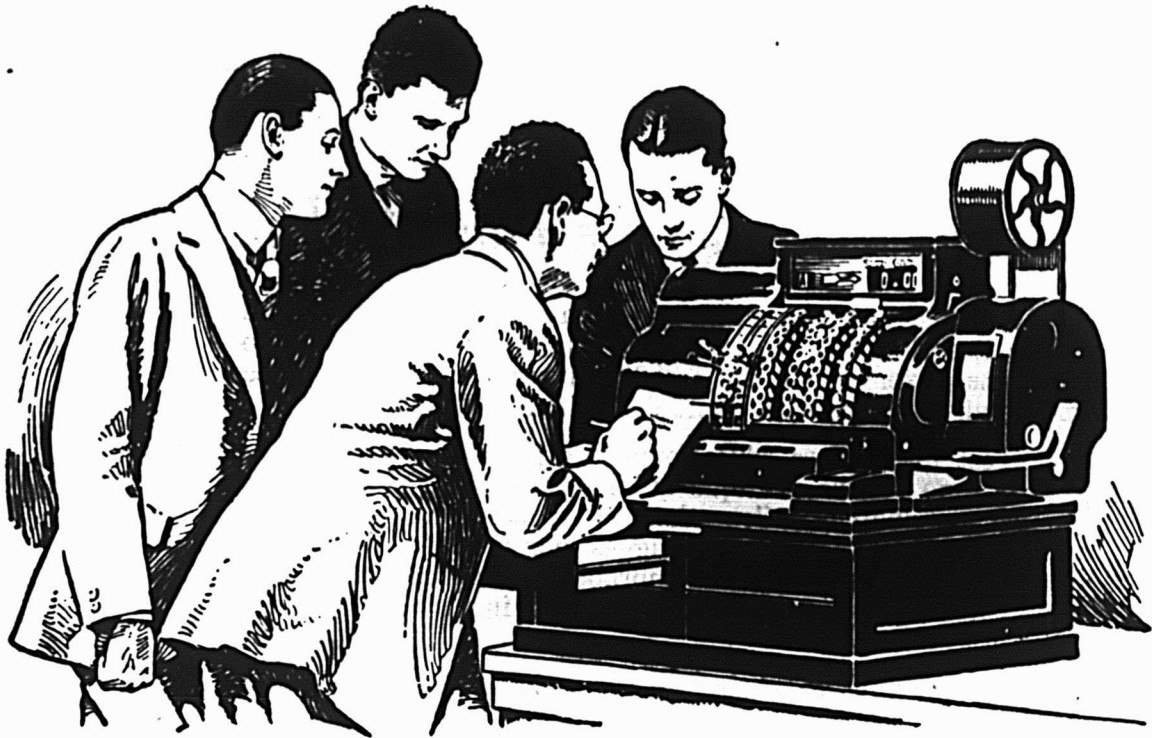


Une offre tout à fait spéciale faite dans le but de réintroduire notre Huile d'Olive Italienne, marque "PURITY", absente du marché depuis le commencement de la Grande Guerre, qui en a rendu impossible toute importation jusqu'à dernièrement. Voilà une magnifique occasion pour vous de regarnir votre magasin à des prix exceptionnels: Nous venons de recevoir un assortiment complet de toutes les mesures, c'est-à-dire: 1 gallon, 1/2 gal., 1/4 de gal., 1/8 de gal., 1/16 de gallon.

Informez-nous immédiatement des quantités qu'il vous faut et nous nous empresserons de vous soumettre nos prix.

## P. PASTENE & CO., Limited

340 RUE SAINT-ANTOINE, MONTREAL.



## Le Rapport de chaque commis

Une caisse enregistreuse du dernier modèle vous montre exactement ce que fait chaque jour chacun de vos commis. Les compteurs totalisateurs de la caisse vous disent :

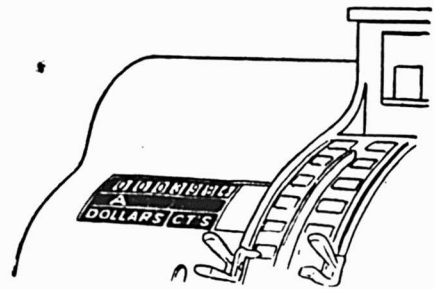
- 1) Combien de clients chaque commis a servis.
- 2) Le montant total des ventes de chaque commis.

Ces rapports journaliers vous montrent quels sont les commis les plus laborieux, quels sont ceux qui vendent le plus de marchandises, quels sont ceux qui sont les plus habiles.

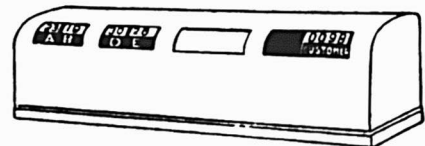
Ils vous permettent de fixer les salaires d'après la véritable capacité de vendeur.

Ils vous donnent les chiffres dont vous avez besoin pour un système de bonus ou de participation aux bénéfices.

Ces rapports des commis, joints à bien d'autres rapports imprimés et additionnés faits par la caisse enregistreuse "National" dernier modèle, vous permettent de contrôler vos affaires.



Ce compteur totalisateur à la gauche de la caisse vous montre que le commis A a fait entrer \$39.84 pendant la journée. Des compteurs semblables vous montrent ce que les autres commis ont rentré.



Ces compteurs totalisateurs, en avant de la caisse enregistreuse, juste au-dessus des tiroirs à monnaie, vous montrent combien de clients chaque commis a servis et le nombre total des clients.

**Nous faisons des Caisses enregistreuses pour toute ligne de commerce.**

# NATIONAL

## CASH REGISTER CO.

OF CANADA LIMITED  
TORONTO, ONT.

# Un quart de million de <sup>4</sup>/<sub>4</sub> dollars pour enseigner aux ménagères à pâtisser

*Et plus de pâtisserie signifie plus d'achats*

En calculant notre dépense totale pour les cuisinières "Five Roses" sur la base du coût net d'aujourd'hui (plus de 40 cents l'exemplaire) les 600,000 livres en distribution se monteraient à plus d'un quart de million de dollars.

C'est une oeuvre éducationnelle efficace sur une grande échelle, une oeuvre pratique qui ne vous coûte rien à vous comme distributeur. Cependant elle procure au consommateur une source constante de suggestions pour l'emploi d'articles d'épicerie, l'origine d'innombrables profits pour le détaillant parce que la farine n'est qu'un ingrédient dans la pâtisserie.

Lorsque vous considérez que, sur un million et quart de familles, il y a au Canada, un foyer sur deux qui possède l'une de ces fameuses cuisinières Five Roses, l'emploi journalier, apprenant par sa lecture à faire de la pâtisserie, est-il surprenant que la farine Five Roses ait un prestige aussi prodigieux?

Si vous ne tenez pas cette marque fameuse, c'est certainement parce que vous ne vous rendez pas compte de sa merveilleuse influence sur les ventes.

Combien il est plus facile et plus profitable de suivre le courant!  
Un jour viendra où vous serez fatigué de ramer.

*A tout véritable détaillant qui n'a pas encore vu la fameuse cuisinière Five Roses, nous en enverrons un exemplaire gratuitement sur demande. Le consommateur le paye maintenant 40 cents.*

## Lake of the Woods Milling Company, Limited

Fabricants de la farine FIVE ROSES.

Montréal et Winnipeg.

Bureaux à Montréal, Toronto, Ottawa, London, St. John, Québec, Sault Ste-Marie, Sudbury, Winnipeg, Keewatin, Fort William, Portage-la-Prairie, Regina, Medicine Hat, Moose Jaw, Calgary, Edmonton, Vancouver, Victoria.

PRODUCTION JOURNALIERE: 27,400 SACS.



## LES PATES ALIMENTAIRES

# "SUNSHINE"



30 Paquets—1 lb.

ET



20 lbs. Net.

# "SPLENDOR"

SONT DE

QUALITÉ SUPÉRIEURE

Prenez note des nouveaux prix en vigueur

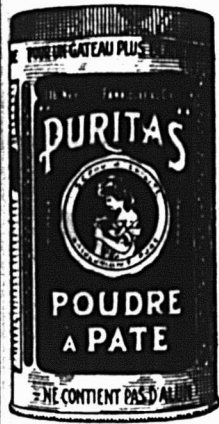
SUNSHINE, 30 PAQUETS DE 1 lb., \$4.35 f.o.b. DESTINATION  
SPLENDOR, 20 lbs NET (VRAC) \$2.35 f.o.b. MONTREAL

Commandez-les chez votre Epicier en Gros ou écrivez à

# P. Pastene & Co., Ltd.

Manufacturiers

340 rue Saint-Antoine :: MONTREAL, Qué.



Qui dit: "PURITAS" dit: Rien de meilleur

L'ANALYSTE EN CHEF DU DOMINION DIT :

**LA POUDRE A PATE**

**PURITAS**

QUALITE  
GARANTIE

NOS  
COUPONS-  
PRIMES  
FACILITENT  
LA VENTE!

Est absolument saine

Est à base de phosphate PUR

**NE CONTIENT PAS D'ALUN.**

(Extrait du Bulletin 360, du Laboratoire du Revenu de l'Intérieur,  
17 janvier 1918, page 11.)

**LE NETTOYEUR PURITAS** N'a pas son Egal — Grande Boîte à  
Saupoudrer.

**PURITAS LIMITEE, 77 Rue St-Dominique, QUEBEC.**



**ENCOURAGEONS LES NOTRES!**

EN VENTE PAR TOUS LES EPICIERIS EN GROS.

**"3 LEADERS"**

**Wm. DOW**

**ALES  
STOUTS**

ET

**EXTRAIT de MALT**

LES CONSOMMATEURS QUI NE PEUVENT ACHETER LES MARQUES DOW CHEZ LES  
MARCHANDS DE LEUR LOCALITE SONT PRIES DE S'ADRESSER AU "DEPARTEMENT  
DES COMMANDES PAR LA POSTE," 38 SQUARE CHABOILLEZ, MONTREAL.



# The Welch Lades

## Confitures pur fruit et Sucre

La qualité de ces confitures est superbe. Welch n'emploie que des fruits de choix et absolument mûrs. Les noyaux, les pelures et les pépins sont enlevés, laissant ainsi 100 % de confiture mangeable. Il n'y a pas de base de pommes dans aucune "Welch Lade" — rien d'autre que les fruits indiqués sur l'étiquette et du sucre pur. Le procédé Welch conserve la saveur agréable du bon fruit.

Mettez en stock une ligne complète de "Welch Lades" et faites savoir à vos clients que vous les avez. Elles sont largement annoncées dans les magazines, hebdomadaires et quotidiens du Canada. Les fruits qu'on peut obtenir en bocaux de verre No 16 ou en boîtes standard de 4 livres sont

**Grapelade** (Raisins)  
**Peachlade** (Pêches)  
**Plumlade** (Prunes)  
**Strawberilade** (Fraises)

**Marmelade d'orange**  
**Cherrilade** (Cerises)  
**Raisin-Framboise**  
**Currantlade** (Corinthe)

Commandez à votre fournisseur de gros ou écrivez-nous pour vous renseigner.



**The Welch Co., Limited, St. Catharines, Ontario**

## Ils ont les "EDDY" dans la pensée

Pour la plupart des acheteurs d'allumettes, penser aux allumettes, c'est penser à celles d'Eddy.

Beaucoup de gens demandent les Eddy par leur nom, mais qu'on le demande expressément ou non, il est toujours bon de remplir les commandes d'allumettes avec une des lignes d'Eddy.

De trente à quarante marques différentes — une allumette pour chaque occasion.

**The E. B. Eddy Co., Limited, Hull, Canada.**

## Transmettez la bonne nouvelle à votre cliente au sujet de la merveilleuse commodité de la Poudre à Pâte

# EGG-O

### Dites-lui

"Ne vous est-il jamais arrivé d'avoir besoin de biscuits à thé pour le souper et de trouver que vous ne pouviez pas les avoir parce que vous deviez sortir tout l'après-midi et que vous n'aviez pas le temps de pétrir votre pâte après votre retour?"

Pourquoi ne pas employer la poudre à pâte Egg-O, mélanger votre pâte avant de sortir et la placer ensuite dans un endroit frais jusqu'à votre retour? Mettez-la alors dans le four et vous aurez des biscuits légers et délicieux. Faites-en l'essai.

Lorsque vous faites usage d'Egg-O, elle améliore vos biscuits ou vos gâteaux en faisant tenir la pâte. Et c'est d'une merveilleuse commodité".

Egg-O est une poudre à pâte différente et meilleure. Un essai vous en convaincra.



**Egg-O Baking Powder Co., Limited,  
Hamilton, Canada**

Une ligne accessoire profitable

# Les Remèdes de Famille CHAMBERLAIN



Faites une commande d'essai de ces remèdes populaires recommandables et encaissez des bénéfices appréciables sur Chamberlain.

Il y a toujours une demande pour les remèdes efficaces, dignes de confiance, et vous trouverez que tous les remèdes Chamberlain ont une vente active et satisfaisante.

Il y a un grand nombre de ces remèdes parfaits que vous aurez intérêt à prendre en stock pour l'automne et l'hiver. Pourquoi ne pas nous écrire pour nous demander notre liste de prix ?

GARANTIS EXEMPTS DE PRODUITS NUISIBLES.

**Chamberlain Medicine Co., Limited**  
TORONTO.

## LA QUALITE QUI SE VEND

# Les aliments préparés de CLARK

Boeuf salé.

Boeuf rôti

Ragoût anglais

Irish stew

Langue de boeuf



Fèves au lard

Soupes (13 variétés)

Viandes en conserve

Saucisse de Cambridge

Pâté de veau

Langue, jambon et veau, Dîner bouilli Canadien, Boeuf fumé en tranches, Ketchup aux tomates, Beurre de peanut, Sirop de table, Spaghetti au fromage avec sauce tomate et autres bonnes choses.

*Faits en Canada par une Compagnie Strictement Canadienne*

**Vendez les produits Clark — Faites des clients satisfaits. — Augmentez vos affaires.**

# W. Clark, Limited, :-: Montréal

## “Encore la Marque BRUNSWICK s'il-vous plait”

Telle sera la demande invariable de vos clients une fois que vous leur aurez fait connaître ces produits alimentaires marins parfaits.

La marque de commerce de Brunswick est votre garantie de pureté et de perfection, M. l'Épicier, et votre assurance d'une chaîne continue et profitable d'ordres répétés.



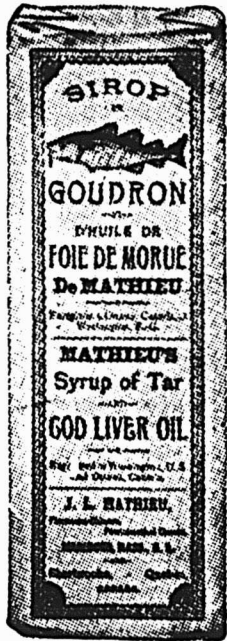
¼ Sardines à l'huile.  
¼ Sardines à la moutarde.  
Finnan Haddies (Boîtes rondes)

Harengs marinés.  
Harengs sauce tomate.  
Clovisses.

## Connors Bros., Limited

BLACK'S HARBOR, N. B.

### Le Sirop de Mathieu au goudron et à l'huile de foie de morue.



UNE LIGNE ACCESSOIRE PROFITABLE DE PRINTEMPS QUE TOUT BON ÉPICIER PEUT VENDRE.

La plupart de vos clients au cours du printemps prochain auront besoin, à un certain moment de ce remède contre le rhume de Mathieu d'une haute efficacité et d'une réputation nationale. Non seulement c'est un remède de premier ordre contre le rhume, mais encore il possède des propriétés toniques qui fortifient l'organisme, tout en guérissant le rhume.

Ses propriétés curatives gagneront la confiance de vos clients et sur chaque vente il y a une marge de profit qui fait de cette vente une proposition fort profitable. Faites-en une commande d'essai.

**LA COMPAGNIE J. L. MATHIEU**  
PROPRIÉTAIRE  
SHERBROOKE, P. Q.

### LA LE LA Qualité Service Demande

Font que nos lignes de Biscuits et Bonbons sont d'une valeur exceptionnelle pour tout marchand qui les tient en magasin.

Essayez-nous pour votre prochaine commande.

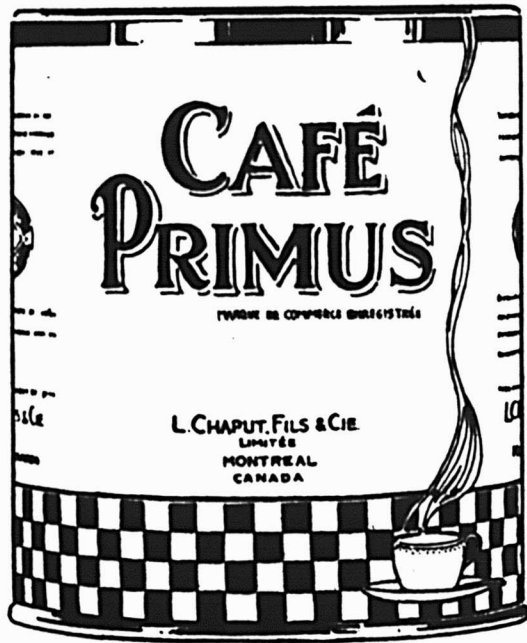
Demandez-nous notre plus récente liste qui vous donnera une idée des lignes que nous manufacturons.

Nous accueillerons avec plaisir vos demandes d'informations.

**THE MONTREAL BISCUIT CO.**

Manufacturiers de Biscuits et Confiteries (3)

MONTREAL



**MARQUE PRIMUS**

Ferblancs 1 lb. caisses 30 lbs. 50c lb.  
 " 2 " " 30 " 49c "

ETABLIE EN 1842

**CAFÉ**

**CAFÉ**

Nous faisons une spécialité de cette ligne.

Nos cafés sont importés, rôtis et moulus dans nos entrepôts.

**LES MEILLEURS, ET LES PLUS PURS.**

**AUSSI CAFÉS EN VRAC**

"O W L" BLEND

Rôtis, moulus ou en grains.

EXTRA FANCY.....	50c lb.
A.1. ....	42c "
No 10.....	40c "
Café Noir, No 1.....	40c "
No 30.....	38c "
No 40 (composé) moulin seulement ..	30c "
Café noir, No 2.....	33c "
AVA, (composé) moulu seulement. ..	30c "
RIO.....	25c "

En ferblancs de 5, 10, 15, 25 et 50 lbs, et en cartons.

Fret payé en quantités de 200 lbs. d'une sorte ou assorties.

**Essayez-les et vous serez satisfaits.**

**ESCOMPTE SPECIAL AUX MARCHANDS DE GROS.**

**Notre devise: SATISFACTION TOUJOURS.**

**L. CHAPUT, FILS & CIE, LIMITÉE**

DISTRIBUTEURS

IMPORTATEURS, EPICIERS EN GROS ET MANUFACTURIERS, MONTREAL.



**MARQUE "RAJAH"**

Cartons 1 lb. caisses 24 lbs.  
40c lb.

# SOUPE AUX TOMATES

## Marque Dominion

POUR LA SAISON DU CAREME.

La NOUVELLE soupe avec la NOUVELLE étiquette.

Une pure soupe aux légumes délicieuse, appétissante. Faite avec des tomates rouges mûres et des épices pures.

Un étalage de vitrine vous rapportera de nombreuses ventes.

Commandez votre provision aujourd'hui.



### DOMINION CANNERS, LIMITED

HAMILTON, CANADA.



## Les Annonces

# "NUGGET"

## créent des ventes.

Soyez prêts — ayez-en en stock un bon assortiment, car notre campagne d'annonces donnera lieu à une forte demande dans votre district.

Le Cirage Nugget se vend en noir, tan, rouge grenat, brun foncé et blanc

NUGGET POLISH COMPANY, Limited

215 VICTORIA STREET, . . . TORONTO

# POISSON

**Nous offrons au commerce pour livraison  
immédiate :**

- Morue Salée No 1, large, en barils de 250 lbs.  
 Morue Salée No 1, moyenne, en barils de 250 lbs.  
 Morue sans peau, en caisses de 100 lbs.  
 Morue Poisson, sans peau, en caisses de 30 lbs.  
 Morue Sèche No 1, large, en caisses de 100 lbs.  
 Morue Sèche No 1, moyenne, en caisses de 100 lbs.  
 Harengs Fumés.  
 Harengs du Labrador, en barils de 100 lbs.  
 Truites Rouges, en barils de 200 lbs.  
 Morues Désossées "Gem of the Sea". Paquets de 1 et 2 lbs. 20 à  
 la caisse.  
 Morues Désossées "Favorite". Paquets de 1 à 2 lbs. 20 à la caisse.

---

# FRUITS SECS

Pruneaux de Californie et d'Oregon. Prix excessivement bas.  
 Noix, Noisettes, Tarragone, Pecans, Arachides (Peanuts). Figues.  
 Pelures de fruits confites. Fruits Evaporés: Pommes, Abricots,  
 Poires, Pêches. Raisins de Corinthe, Raisins Epépinés, Raisins sans  
 pépins. Muscatels 1919 et 1920, Sultanas, Valence, Raisins de table.

---

**Nous offrons de réelles occasions dans ces lignes.**

**MM. les marchands, profitez de ces bas prix exceptionnels.**

**Nous vous enverrons, sur demande, notre  
superbe calendrier**

**Ecrivez, téléphonez ou télégraphiez vos commandes à nos frais.**

---

## LAPORTE, MARTIN, LIMITÉE

**Epicerie, Vins et Liqueurs en Gros.**

**584 Rue St-Paul Ouest Montréal.**

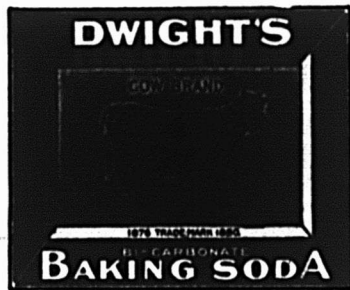
- - - -

**Tél. Main 3766.**

RECOMMANDEZ LE SODA

**"COW BRAND"**

A LA MENAGERE



que ce soit une ménagère depuis nombre de lunes ou de quelques lunes seulement, elle appréciera la qualité fiable absolue de ce fameux soda. Il est pur, de grande force et est le grand favori des cuisinières partout.

Emmagasinez-en,

— Votre marchand de gros en a.

**Church & Dwight**

LIMITED (2)

Manufacturiers - - - - MONTREAL

Tél. Bell St-Louis 2866.

St-Louis 5071J

**THEO CAFE**

JOS. B. HENRIE, Prop.

Vins, Liqueurs, Cigares de Choix.

**Coin Mt-Royal et Delorimier, MONTREAL.**

Tél. LaSalle 3730W

**LAUZON & TRUDEAU**

MARCHANDS de FERRONNERIES

Peinture, Huile, Vernis,  
Tapisseries, Ferblanterie, Granit,  
Fournaise, Tuyau, Ciment, Etc.

Bureau de Poste:

H. LAUZON, Maître de Poste.

**1911 Rue Masson, - ROSEMONT.**

Tél. Est 3899

Air gratuit.

**THE CITY TIRE SHOP**

VICTOR GRENIER, Prop.

Réparations de Pneus, d'Automobiles, Accessoires.

Ouvrage exécuté par des Experts.

**575 Dorchester Est, - MONTREAL.**  
COIN WOLFE.

UNE  
CAMPAGNE  
D'ANNONCES  
DANS LES  
JOURNAUX  
QUOTIDIENS  
SUR LES  
FEVES  
CUTES AU  
FOUR  
**HEINZ**

**L'attention du public est en éveil.**

Tirez-en profit.

Par l'étalage de vitrine

l'étalage sur comptoir

la coopération du représentant.

La qualité vous assure

UNE DEMANDE CONSTANTE.

Le Prix établi au détail vous assure

UN POURCENTAGE DE PROFIT EXCELLENT.

FAITES EN CANADA, PAR DES CANADIENS

**H. J. HEINZ CO.,** LEAMINGTON, CANADA.

10 Place d'Youville, Montréal.

**LE  
RIZ "ORIOLE"**

Nos annonces dans les journaux donnent lieu à une demande considérable pour le Riz "Oriole".

Cette campagne d'annonces fait valoir les avantages du Riz Oriole comme aliment sain et nutritif.

Nos annonces vous aident à vendre davantage de riz—de Riz Oriole.

Saisissez cette occasion qui favorise les marchands vendant le Riz Oriole. Commandez-en dès maintenant.

Le Riz Oriole se vend en sacs de 5 lbs.

Votre fournisseur remplira votre commande.

**Mount Royal Milling & Mfg Co.,  
Limited**

D. W. ROSS CO'Y, Agents,  
MONTREAL, P. Q.



# ROSE BRAND

## LA MARQUE D'ALIMENTS DE CHOIX

**L**E MEME soin minutieux et la même diligence que votre propre mère montrerait en préparant des mets spéciaux, sont donnés au choix et à la préparation des produits Rose Brand.

Seules les meilleures viandes choisies avec soin, les meilleurs produits de laiterie et les meilleurs aliments sains portent toujours cette marque de longue réputation.

Les acheteurs de la Rose Brand obtiennent tout ce qu'on peut désirer en qualité et saveur — les produits de choix d'une institution fameuse depuis 1852.

Pour le détaillant nous avons préparé de magnifiques pancartes superbement coloriées, dépliants, dispositifs de vitrine, etc. Ces articles sont d'une grande aide pour tout boutiquier, parce qu'ils donnent à son rayon d'alimentation et à son étalage de vitrine un attrait irrésistible — augmentant ainsi les ventes. Toutes les aides publicitaires sont adressées gratuitement sur demande.

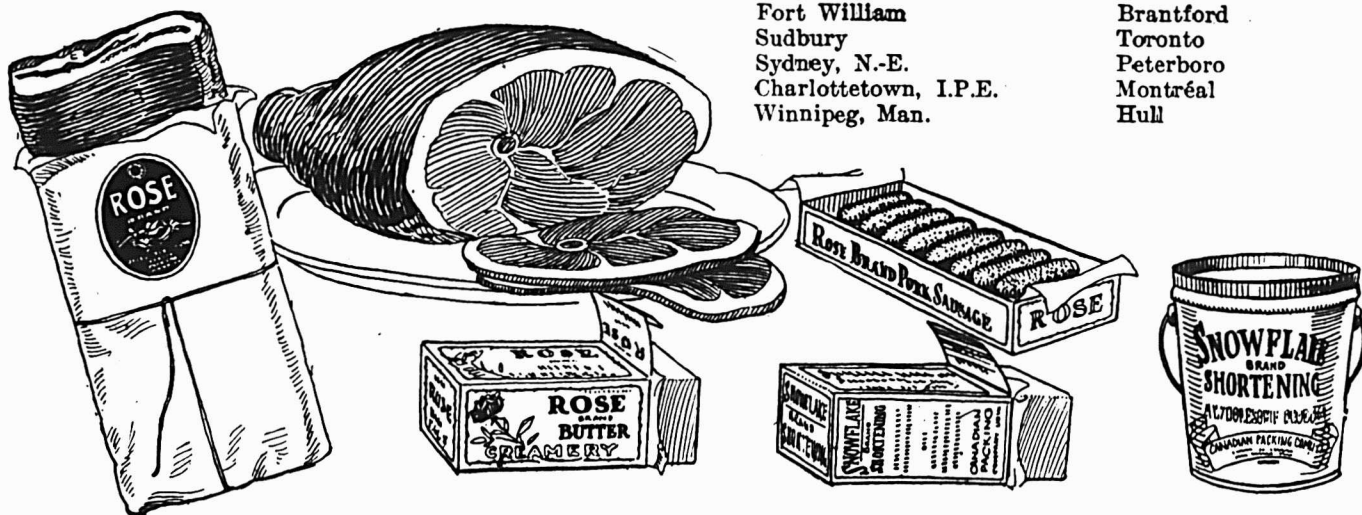
Pour établir un commerce toujours croissant de jambon, bacon, shortening, etc... vendez la Rose Brand. Les acheteurs de Rose Brand reviennent toujours.

### SUCCURSALES:

Fort William  
Sudbury  
Sydney, N.-E.  
Charlottetown, I.P.E.  
Winnipeg, Man.

### USINES DE SALAISONS:

Brantford  
Toronto  
Peterboro  
Montréal  
Hull



# CANADIAN PACKING CO., LIMITED

TORONTO, - ONTARIO.

# Abbey's EFFERVESCENT SALT

LE SEL EFFERVESCENT D'ABBEY  
rend la vie digne d'être vécue.

LE SEL EFFERVESCENT D'ABBEY EST ANNONCE  
PLUS QUE JAMAIS.

Vous allez voir les annonces pour le Sel d'Abbey dans les principaux journaux.

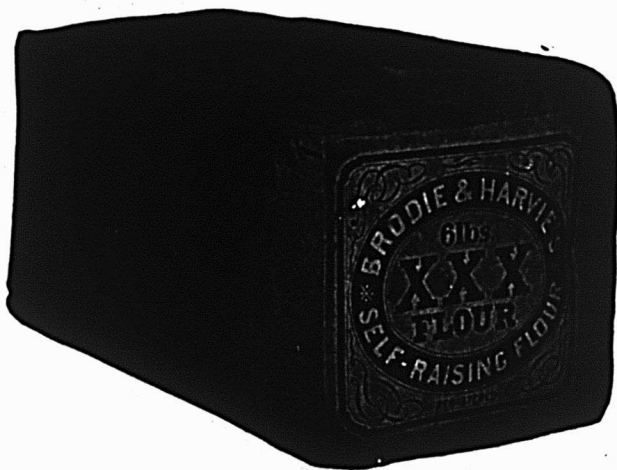
Vous allez voir les affiches du Sel d'Abbey sur les murs.

Vous allez voir les cartes du Sel Effervescent d'Abbey dans les tramways.

Et des milliers et des milliers de gens lisent maintenant quelque chose sur le Sel Effervescent d'Abbey, et sont rappelés au souvenir de ce remède favori des familles lorsqu'ils vont à pied ou en voiture.

Le commerce et bon—et s'améliore encore tout le temps. — En prenez-vous votre part?

**The Abbey Effervescent Salt Co.**  
MONTREAL



LA  
FARINE PRÉPARÉE  
DE  
**BRODIE  
XXX**

plaira à vos clients pour faire des gâteaux, tartes, galettes, etc. Vous trouverez que la farine préparée de Brodie XXX fait l'ouvrage d'une façon satisfaisante.

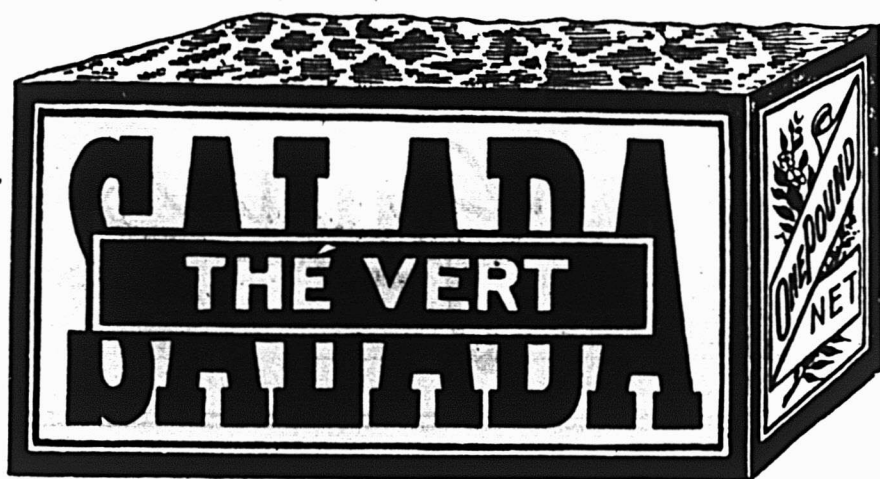
Recommandez la BRODIE à votre clientèle

**BRODIE & HARVIE LIMITED**  
14 RUE BLEURY - - MONTREAL

Agents de vente:—J. B. RENAUD & Cie Inc., Québec. CHADWICK & Co., 34 Duke St., Toronto.

# Vendez-vous du thé vert du Japon ou de Chine?

Si oui, nous tenons à vous dire que nous croyons que vous auriez grande satisfaction à tenir le



Tout buveur de thé vert à qui vous le ferez essayer vous en sera reconnaissant. Il est bien supérieur à tout thé du Japon que vous pouvez acheter et comporte la garantie SALADA, vous assurant bénéfice certain et satisfaction ou le remboursement de votre argent.

Nous serions heureux de vous voir nous adresser une petite commande de thé vert Etiquette Brune pour vendre à 55c la livre.

**SALADA TEA CO. OF CANADA, LIMITED**  
**MONTREAL**



# Le Shortenig Easifirst

rapporte de gros bénéfices grâce aux ordres de répétition. Une fois essayé, il est toujours employé, et la satisfaction qu'il donne vous conserve l'estime de vos clients.



Profitez des ventes croissantes d'Easifirst. Envoyez-nous un ordre aujourd'hui.

Téléphone Junction 3400

**Gunns**  
LIMITED

TORONTO  
Ouest

## Table Alphabétique des Annonces

<p><b>A</b></p> <p>Abbey Effervescent Salt 18 American Pad . . . . . 60 Assurance Mont-Royal . 64</p>	<p><b>B</b></p> <p>Barrett . . . . . 57 Banque Nationale . . . 62 Banque Provinciale. . . 62 British Colonial Fire Ins. 64 Brodeur, A. . . . . 64 Brodie &amp; Harvie. . . . 18 Bowser. . . . . 59 Boisvert . . . . . 62 Belmont Tumbler . . . . 62 Berry Bros. . . . . 50</p>	<p><b>C</b></p> <p>Canada Decalcomania. . 50 Canada Life Assurance Company . . . . . 64 Channell Ltd Couverture Clark, Wm. . . . . 11 Connors Bros. . . . . 12 Côté &amp; Lapointe . . . . 50 Couillard, Auguste . . . 64 Church &amp; Dwight . . . 16</p>	<p><b>D</b></p> <p>Dominion Glass . . . . . 61 Dominion Canners . . . . 14</p> <p><b>E</b></p> <p>Eddy Co. . . . . 10 Egg-O Baking . . . . . 10</p> <p><b>F</b></p> <p>Fontaine, Henri . . . . . 64</p> <p><b>G</b></p> <p>Gagnon, P. A. . . . . 64 Garand, Terroux &amp; Cie . 64 Gunns Ltd . . . . . 20</p> <p><b>H</b></p> <p>Heinz . . . . . 16</p>	<p><b>I</b></p> <p>Imperial Tobacco . . . 22-23 International Business Machines . . Couverture</p> <p><b>L</b></p> <p>Lake of the Woods Milling Co. . . . . 6 Laporte Martin Ltée. . . 15</p> <p><b>M</b></p> <p>Macdonald Reg'd Inc. . . 55 McArthur, A. . . . . 62 Mathieu, A. . . . . 12 Montbriand, L.-R. . . . 64 Montreal Biscuits Co. . . 12 Morrow Screw &amp; Nut Co. 64 Morel, Paul . . . . . 59 McCaskey . . . . . 66 Mount-Royal Milling . . 16</p> <p><b>N</b></p> <p>National Cash Register . 5 National Breweries Ltd 4-8 Nova Scotia Steel Co. . 64 Nugget Polish . . . . . 14</p>	<p><b>P</b></p> <p>Pastene, P. &amp; Co. Ltd. 4-7 Poulin &amp; Cie Ltée . . . . 64 Pure Cane Molasses . . . 66 Puritas . . . . . 8 Pink . . . . . 61</p> <p><b>R</b></p> <p>Ramsay Paint . . . . . 59</p> <p><b>S</b></p> <p>Salada Tea Co. of Canada Limited . . . . . 19 Seagram, Jos. . . . . 66 Smalls . . . . . 40 Stauntons Ltd . . . . . 60 Stihl, J. H. Mfg. Co. . . . 60 Stanway Hutchins. . . . 43 St. Croix Soap . . . . . 66 Swift Canadian . . . . . 3</p> <p><b>T</b></p> <p>Tanglefoot . . . . . 25</p> <p><b>W</b></p> <p>Welch . . . . . 9 Western Assurance. . . . 51</p>
---	--	--	---	--	---



## *La Clef du Succès en Affaires!*

UN CATALOGUE, UNE CIRCULAIRE OU UNE LETTRE D'AFFAIRE, BIEN REDIGÉ, BIEN IMPRIMÉ, BIEN PRÉSENTÉ EST UN COMMIS-VOYAGEUR IDEAL QUI VA TROUVER CHEZ-EUX DES MILLIERS DE CLIENTS ET EVEILLE EN EUX LE DESIR DE SE PROCURER LES ARTICLES ANNONCÉS. NOUS AVONS UN SERVICE SPECIAL, QUI SE CHARGE DE LA PRÉPARATION, DE LA REDACTION, DE LA DISPOSITION, DE L'IMPRESSION DES CATALOGUES, BROCHURES, DEPLIANTS, ETC., QUI FONT HONNEUR AUX MAISONS QUI NOUS CONFIENT LEURS COMMANDES.

IL SUFFIT DE JETER QUELQUES NOTES SUR UN BOUT DE PAPIER ET NOUS FAISONS LE RESTE.

TOUTES LES COMMANDES QUI NOUS SONT AINSI CONFIEES SONT EXECUTEES AVEC SOIN ET CELERITE.

**La Compagnie d'Imprimerie des  
Marchands, Limitée**

198 Rue Notre-Dame Est, MONTREAL.

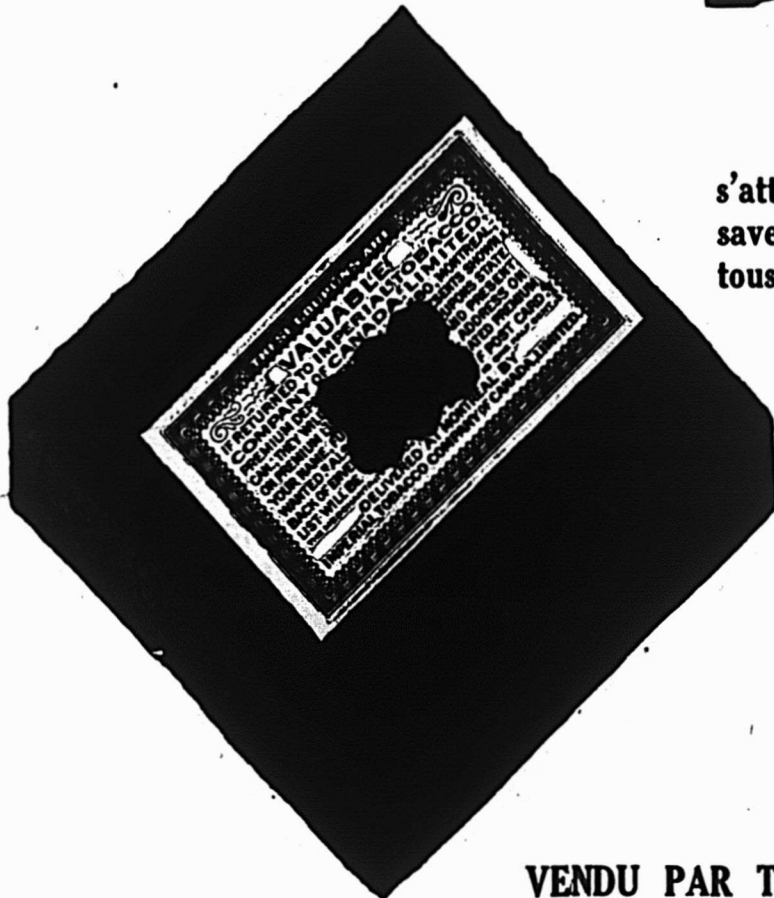
Confiez-nous la préparation  
et l'impression de vos

**CIRCULAIRES, DEPLIANTS  
CATALOGUES ENVELOPPES  
FORMULES DE FACTURES  
ENTETES DE LETTRES  
RELEVES DE COMPTE  
LIVRES DE COMPTOIR, etc.**

*"Continuellement bon"*



# STAG



s'attire des clients, car il possède une saveur riche et un goût délicieux que tous les chiqueurs préfèrent.

Vous êtes assurés de bons profits, de ventes rapides et de clients satisfaits, quand vous recommandez le tabac à chiquer "STAG".

**VENDU PAR TOUS LES MARCHANDS EN GROS.**

# LE PRIX COURANT

## Journal Hebdomadaire

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

### EDITEURS

Compagnie de Publication des Marchands-Détaillants  
du Canada, Limitée,

Téléphone: Main 3272

MONTREAL.

Bureau de Montréal: 198 rue Notre-Dame Est.

ABONNEMENT { Canada . . . . . \$3.00  
Etats-Unis . . . . . \$3.50  
Union postale . . . . . \$4.00 }

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

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une  
année.

Toute année commencée est due en entier.

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

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

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

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887

MONTREAL, vendredi 4 mars 1921

Vol. XXXIV—No 9

## C'est le marchand qui choisit la source de ses marchandises

Ainsi s'expriment les épiciers de Montréal au point  
de vue de l'idée des produits "faits en Canada".  
La qualité d'abord, et le prix ensuite sont la  
base de leur choix. C'est par là qu'ils satisfont  
aux désirs des clients.

"Sur quelle base les produits alimentaires "Faits au  
Canada" peuvent-ils être favorisés du public canadien?"  
Telle est la question que nous posons ces jours-ci à un  
marchand de Montréal, propriétaire d'un gros magasin de  
détail. Et il nous répondit: "Sur une base de prix et de  
qualité seulement. Les gens aujourd'hui veulent ces deux  
qualifications dans leurs achats, sans considération de l'en-  
droit où ces marchandises sont manufacturées. La chose  
est, en somme bien naturelle, surtout en ce temps-ci où les  
gens s'attendent à des prix plus bas leur permettant d'a-  
cheter des articles dans lesquels ils trouvent la meilleure  
qualité au meilleur prix. La qualité est le plus importants  
de ces deux attributs. Nos manufacturiers canadiens peu-  
vent soutenir la concurrence avec les manufacturiers  
étrangers pour la qualité en ce qui a trait aux lignes cou-  
rantes. Il y a des lignes spéciales que les Canadiens n'ont  
pas encore perfectionnées mais avec l'augmentation des  
ventes, ce perfectionnement viendra. Peu de clients s'en-  
quière de la source de manufacture d'une ligne et il est  
rare qu'ils citent même le nom du manufacturier d'une  
ligne de produits de conserve, par exemple, ou l'adresse de  
l'étiquette. Par contre, ils demandent si la qualité est  
bonne et si l'épicière peut la recommander. Ils essayent le  
produit et la fois suivante, ils le connaissent par eux-

mêmes. Rares sont ceux qui se préoccupent de savoir qui  
fit le produit du moment qu'il est bon et que le prix est  
avantageux.

"D'autre part, c'est le détaillant qui s'informe où et  
par qui l'article est fait. Quand il est sollicité par le voya-  
geur, il s'enquiert du manufacturier de la ligne et s'il ne  
le sait pas, si c'est un produit fait au Canada ou à l'étran-  
ger. Il sait par conséquent, avant de remettre sa com-  
mande, s'il achète ou non des marchandises de production  
canadienne. Jugeant alors si les produits de nos propres  
manufacturiers sont l'équivalent des lignes étrangères, c'est  
le détaillant qui décide si oui ou non les marchandises  
canadiennes seront distribuées à ses clients. La première  
condition est de satisfaire ses clients tant au point de vue  
qualité que prix."

A l'heure présente, les marchandises des Etats-Unis  
sont fortement handicapées dans leur vente sur le mar-  
ché canadien par le taux désavantageux du change moné-  
taire. Cela implique que chaque dollar de marchandises  
américaines achetées au Canada, supporte un change de 10  
à 15 cents, somme pour laquelle l'acheteur ne reçoit au-  
cune valeur. Au cours des dernières années, le sentiment  
de l'achat de marchandises "faites au Canada" a beaucoup  
disparu et le public a été habitué à être sollicité sur une  
base de qualité et de prix.

Parlant du même sujet, le gérant d'une grosse épice-  
rie de la rue Ste-Catherine, à Montréal, disait: "Au cours  
de ces dernières années nos manufacturiers canadiens ont  
eu une magnifique occasion de développer leur commerce

TABAC **STAG** A CHIQUER

dans leur propre pays. Tout a été en leur faveur. La guerre a donné une empreinte sentimentale à l'achat des marchandises "faites au Canada". Elle a exclu du marché la plupart de la concurrence européenne et dans les deux dernières années elle a entraîné un taux de change contraire aux importations des Etats-Unis. Je crois, cependant, que beaucoup de nos manufacturiers n'ont pas pleinement profité de l'occasion. Certains se sont contentés de leurs affaires normales et dès que les conditions se sont améliorées, les affaires retournèrent aux manufacturiers étrangers qui les détenaient avant.

"Dans d'autres cas, des manufacturiers diagnostiquèrent à faux les exigences de la population canadienne et s'occupèrent plus de concurrencer les prix étrangers et de réduire les cotations que de produire de la qualité.

"C'est chose certaine que les gens aujourd'hui, nos clients tout au moins, demandent de la qualité par dessus tout. Il ne fait aucun doute pour moi que si nos manufacturiers avaient apporté autant de soin à faire face à la concurrence sur une base de qualité qu'ils en ont apporté sur le prix, le marché canadien serait pour les Canadiens seuls. Je ne puis dire si c'est là la caractéristique du marché, mais pour moi, il est tout-à-fait évident qu'aujourd'hui les gens croient qu'il n'y a que le meilleur de bon marché et ils achètent sur ce principe. Peut-être est-ce l'épicier qui pense ainsi et qui a induit ses clients à penser ainsi, car dans la plupart des cas, il peut leur vendre ce qu'ils croient justifiable de leur recommander. Mais il est bien évident que les clients adoptent cette même vue car ils reviennent au magasin et demandent la même qualité sans considération du prix.

"Ceci se remarque principalement dans les produits en conserve. Dans une ligne les produits canadiens en conserve sont considérés comme supérieurs, c'est dans les tomates en conserve. Les tomates canadiennes sont connues du monde entier."

Et tout en parlant, notre interlocuteur prit sur ses rayons deux boîtes de blé d'inde. L'une se vend à cinquante cents et l'autre à trente cents, et cependant, nous dit-il, on vend presque deux caisses du blé d'inde le plus cher contre une du meilleur marché.

Et il ajoutait: "A mon avis, nos manufacturiers peuvent faire face à la concurrence sur une base de qualité. Il n'y a pas de raison pour que les Canadiens ne puissent préparer des produits alimentaires tout aussi bien que les étrangers. Il semble que la seule raison qui fait qu'il en est autrement, c'est qu'ils ont interprété faussement les demandes du public canadien. Ils n'ont pas discerné que bien que les gens demandent des prix plus bas, ils ne s'en attendent pas moins à avoir de la qualité et l'exigent plus aujourd'hui que jamais. L'épicier ne demande pas mieux que de consacrer ses efforts à la vente des produits canadiens mais il ne peut le faire qu'en autant qu'il est en mesure de donner ce qu'il y a de meilleur à ses clients en agissant ainsi. Cela prend du temps à un épicier de gagner la confiance de ses clients et quand il l'a obtenue, il n'est guère disposé à la risquer en recommandant quelque chose

en quoi il n'a pas une confiance absolue. Un épicier peut vendre n'importe quelle ligne qu'il choisit pourvu qu'il soit convaincu qu'elle est de la meilleure qualité. Les prix ne jouent pas un rôle aussi important qu'il y a quelques années. Si on veut que l'épicier supporte les marchandises faites au Canada, il faut qu'on le mette dans la position d'être convaincu d'abord de leur qualité, et secondement qu'il puisse se montrer satisfait du prix par rapport à la qualité.

o

### L'INCORPORATION FEDERALE CONFERE LE DROIT DE FAIRE AFFAIRES DANS LES PROVINCES.

Les appels consolidés concernant les compagnies fédérales prétendues sujettes à la législation provinciale comme condition d'exercice de leurs pouvoirs de corporation dans les provinces canadiennes ont été jugés par le Conseil Privé la semaine passée, et les appels ont été accordés, déclarant que les prescriptions des lois des compagnies de l'Ontario, du Manitoba et de la Saskatchewan, s'appliquant à ces compagnies, étaient *ultra vires*.

Le jugement rendu déclare que le fait pour ces compagnies de n'avoir pas été licenciées ou enregistrées en vertu de ces lois, ne leur interdit nullement de faire affaires dans ces provinces.

Etant donné le caractère des questions soulevées, il est décidé qu'il n'y aura pas de frais ni dans cette cour ni dans les cours inférieures.

Le jugement rendu par Lord Haldane est un des plus longs qui aient été publiés depuis longtemps. Il étudie longuement le cas de la compagnie appelante ainsi que les procédures qui ont amené cet appel et fait ressortir les divergences d'opinion dans les cours inférieures.

Parmi les points soulevés se trouvent les pouvoirs des compagnies, pouvoirs qui sont limités aux compagnies ayant un objet provincial.

Aucun pouvoir spécial n'est conféré dans le "British North American Act" pour incorporer des compagnies avec pouvoir de faire affaires dans chaque province, mais le dit pouvoir tel qu'il est prévu par la Section 91, est exclusivement conféré pour le Dominion et permet au Parlement canadien d'incorporer des compagnies et d'empêcher les provinciaux de s'opposer à ce que ces compagnies fassent affaires où elles le désirent.

Si la condition de la prise d'une licence avait été introduite simplement pour obtenir paiement d'une taxe directe pour les fins provinciales ou pour garantir l'observance de certaines restrictions concernant les contrats qui devraient être observées par le public en général, le Conseil Privé aurait été prêt à considérer la chose comme étant du ressort de la province, mais même dans ce cas il aurait fallu voir à ce que la Législature provinciale, en agissant ainsi, ne fit pas autre chose que d'imposer une taxe indirecte.





# PHARMACIE-PARFUMERIE



## UN APERCU DU MARCHE PHARMACEUTIQUE

Une baisse générale d'environ 2 pour cent sur les bismuths a été enregistrée sur les marchés canadiens. Encore qu'il y ait une faiblesse prononcée dans la plupart des commodités, on admet que les stocks des consommateurs sont bas et qu'un mouvement d'achat doit se développer d'un jour à l'autre; quand ce moment inévitable sera venu une révision des prix se fera très probablement. D'autre part, il semble qu'il y ait une tendance croissante dans certains milieux à résister à la baisse des prix, et chaque semaine enregistre un plus grand nombre de commodités qui ont haussé et quelques-unes qui ont baissé.

L'inactivité extrême du marché ne peut continuer indéfiniment et ceux qui ont suivi de près la situation sont d'avis que des conditions normales se rétabliront probablement dans un avenir prochain. Beaucoup de gens pensent que lorsque le véritable mouvement d'achat sera en marche, il sera insatiable.

Le marché pharmaceutique local est légèrement affecté par de nouvelles baisses dans quelques lignes des Etats-Unis. L'oxychlorure, le salicylate et le sous carbonate de bismuth sont en baisse de 25 à 30 cents la livre. Le phosphate de soude, granulé pur est en baisse d'un centin la livre. Le sodium et l'acide salicylate sont en baisse de 2 cents la livre. Le cacodylate de soude a baissé de 6 cents et le sucre de lait est diminué d'un centin. Une nouvelle baisse de 25 cents par livre est notée sur l'antipyrine.

Ci-dessous quelques changements de prix des marchés pharmaceutiques de la province de Québec:

### Acide salicylique.

Réduction notée. Le prix actuel est de 65 cents la livre, ou 60 cents par lots de 5 livres.

### Acide hydrocyanique.

Changement de prix signalé. Le nouveau prix est de 85 cents la livre par  $\frac{1}{4}$  livre, 70 cents par  $\frac{1}{2}$  livre, ou 60 cents par livre.

### Sulphide d'antimoine.

Le sulphide d'antimoine, ou poudre noire, est coté plus bas cette semaine à 25 cents la livre, ou 20 cents la livre par lots de 5 livres.

### Arrowroot—St-Vincent.

Le prix actuel est de 25 cents la livre, 22 cents par 5 livres, ou 20 cents par lots de 10 livres.

### Acide oxalique.

De plus bas prix sont notés sur les cristaux de la plus haute pureté. Le prix en est de \$1.40 la livre. La poudre est cotée au même prix.

### Sous-carbonate de bismuth.

Baisse notée. La nouvelle cotation est de \$4.50 la livre, ou \$4.30 la livre par lot de 5 livres.

### Phosphate de bismuth.

On note des prix plus bas à 50 cents l'once ou \$6.50 la livre.

### Subiodide de bismuth.

Les cotations montrent une baisse à 60 cents l'once, ou \$7.75 la livre.

### Hydrochloride de Berberine.

Il y a baisse. Le prix de vente actuel est de \$4.50 l'once.

### Poudre de sulfate de cuivre.

On enregistre une baisse. Le prix de vente actuel est de 40 cents la livre.

### Collodion cantharidal.

Baisse de prix notée sur le U. S. P. Il est coté à présent à 45 cents l'once, ou \$5.00 la livre.

### Lactate de calcium U. S. P.

En baisse. Cotation actuelle: 25 cents l'once, ou \$1.90 la livre.

# TANGLEFOOT

## PRODUCTS

Papier collant à Mouches,  
Ruban collant à Mouches, Cône Tanglefoot,  
Poudre à Coquerelles et à Cafards.

**THE O&W. THUM CO., MANUFACTURERS.**  
GRAND RAPIDS, MICH. WALKERVILLE, CANADA.

**Valerianate d'éthyl.**

Le prix est plus bas à \$10.50 la livre.

**Gomme adragante, rubans.**

Des prix plus élevés sont cotés comme suit: 50 cents l'once, \$1.50 par  $\frac{1}{4}$  de livre, \$7.25 par  $\frac{1}{2}$  livre; ou \$7.00 par livre. La gomme allipo est à 40 cents l'once, \$4.50 par  $\frac{1}{4}$  de livre, \$4.35 par  $\frac{1}{2}$  livre, ou \$4.25 par livre. Le No 2 est à 30 cents l'once, \$3.50 par  $\frac{1}{4}$  de livre, \$3.35 par  $\frac{1}{2}$  livre, \$3.25 par livre. La poudre est à 40 cents l'once, \$5.00 par  $\frac{1}{4}$  de livre, \$4.25 par  $\frac{1}{2}$  livre et \$4.75 par livre.

**La gomme d'acacia.**

Des prix plus bas prévalent. Le No 1 est coté à 65 cents la livre, 62 cents par lots de 5 livres, et 60 cents par lots de 10 livres. Le No 2 est coté à 55 cents la livre, 52 cents les 5 livres et 50 cents les 10 livres. La poudre est à 70 cents la livre, 67 cents par 5 livres ou 65 cents par 10 livres.

**Oxalate de fer et de potassium.**

Les cotations actuelles sont en baisse à 20 cents l'once ou \$1.75 la livre.

**Le fer peptonisé.**

Le prix sur le fer peptonisé en poudre 5 pour cent Fe. O., montre une baisse à 20 cents l'once, ou \$1.70 la livre.

**Huile de girofle.**

Les nouveaux prix en baisse sont: 25 cents l'once, \$3.00 la livre par  $\frac{1}{4}$  de livre, \$2.85 la livre par  $\frac{1}{2}$  livre, ou \$2.75 la livre.

**Huile d'orange douce.**

Le nouveau prix est de 35 cents l'once, \$4.75 la livre par  $\frac{1}{4}$  de livre, \$4.60 la livre par  $\frac{1}{2}$  livre, ou \$4.50 par livre.

**Bichromate de soude.**

Le bichromate de soude se vend à présent à 30 cents la livre, ou 28 cents par lots de 5 livres.

**Huiles essentielles.**

Le marché a marqué très peu de changements cette semaine et les prix à peu d'exception près demeurent les mêmes. Une baisse s'est produite sur l'huile de girofle du fait de l'effort tenté pour se débarrasser des stocks produits avec des épices de prix élevé. L'huile de menthe rectifiée est moins chère du fait du défaut de demande. Une légère hausse a été notée dans l'huile de citron exprimée.

**Citrates de potassium.**

On cote des prix plus bas, à savoir: \$2.00 par  $\frac{1}{4}$  de livre, \$1.90 par  $\frac{1}{2}$  livre, \$1.80 par livre, ou \$1.75 par lots de 5 livres.

**LES PHARMACIENS QUI FONT UN EFFORT  
CONSCIENCIEUX POUR SE CONFORMER  
AUX DISPOSITIONS DE LA LOI RELATIVE  
AUX NARCOTIQUES N'ONT  
RIEN A CRAINDRE. — LA  
GARANTIE FORMELLE  
D'OTTAWA**

Les commandes par téléphone contenant des narcotiques, peuvent être acceptées, pourvu que le médecin soit connu et que la commande soit dans l'intérêt du malade. La confirmation par écrit est ensuite exigée. Le comité consultatif de la section des pharmaciens de l'Association des Marchands-Détaillants est actif.

Le Comité Consultatif de la section des Pharmaciens, qui remplit les fonctions de commission consultative du Conseil exécutif de l'Association des Marchands Détaillants du Canada a tenu diverses conférences récemment au sujet de la loi relative à l'opium et aux narcotiques et de sa mise en vigueur par les pharmaciens.

Dernièrement ce comité a tenu une réunion avec le Département de santé du Dominion et plusieurs points relatifs à la loi précitée ont été élucidés.

En premier lieu, les fonctionnaires du Département ont clairement fait connaître que ce n'était pas leur intention de causer des ennuis ou d'intervenir dans l'administration convenable de ce commerce et que les pharmaciens qui font un effort consciencieux pour observer les dispositions de la loi concernant les narcotiques n'avaient pas à craindre une intervention du gouvernement.

Un autre point qui a été élucidé, c'est celui qui se rapporte à la coutume qui existe dans plusieurs sections du pays et en vertu de laquelle des médecins font leurs ordonnances par téléphone aux pharmaciens. Si de telles ordonnances contiennent de l'opium ou des narcotiques, le pharmacien peut, si l'ordonnance est dans l'intérêt du patient et s'il connaît le médecin, accepter l'ordonnance, mais cette première ordonnance doit être confirmée plus tard par écrit.

Les commandes répétées peuvent être acceptées par téléphone ou en personne, mais dans tous les cas l'enregistrement doit en être fait dans les livres tenus à cet effet.

Toute ordonnance contenant une quantité déterminée de narcotique doit être enregistrée et dans le cas de préparation pharmaceutique; on doit aussi enregistrer le nom commercial du produit et de la disposition qu'on en fait.

Il n'est nécessaire de faire rapport au département qu'à la demande des fonctionnaires du département.

Le comité consultatif de la section des drogues à Ottawa est constamment en relation avec le département de Santé et lorsqu'il s'élève des questions demandant des explications ou des éclaircissements, les membres sont heureux de donner toute information que tout membre pourrait demander.

A ce sujet, il est à propos d'attirer l'attention sur la révélation sensationnelle suivante publiée par "l'International Anti-Opium Association":—"Les transactions enregistrées de morphine et de ses sous-produits, telles que démontrées par les rapports de commerce de certains pays devraient être suffisantes pour donner une idée de l'énorme augmentation de la demande de drogues. Les chiffres pris au hasard dans les rapports officiels du commerce avec le Japon, montrent que l'importation s'est élevée de 358,513 onces en 1915, à 600,228 onces en 1917 et que dans une période de quatre ans, environ cinquante tonnes de drogues ont été importées du Japon.

Ces chiffres n'incluent pas la quantité de morphine produite au Japon, et ils n'incluent pas non plus la morphine qui peut avoir été transportée dans des ports japonais. Une récente saisie d'héroïne contenait 12,250,000 injections.

Le principal facteur qui rend le trafic illicite est l'inefficacité des règlements actuels et le fait que la fabrication de la morphine n'est pas sous la direction du gouvernement dans les principaux pays de l'Europe et des Etats-Unis. Les règlements actuels dirigeant la production de la morphine n'exigent pas que l'on donne un compte exact du montant de la production et de la disposition."

## LA PARFUMERIE FRANÇAISE SUR LE MARCHE CANADIEN

L'activité se maintient en matière de parfumerie et l'on note une bonne demande en articles de luxe. Le plus grand magasin de nouveautés du Canada signale que le chiffre d'affaires réalisé en septembre par le rayon de parfumerie, bat tous les records. Interviewé sur la question de la façon dont les parfumeurs français pourraient développer leurs affaires dans ce pays, le directeur a déclaré qu'il a dû donner de gros ordres aux parfumeurs américains, du fait des retards apportés par les maisons françaises à livrer. L'avis de M. Unsworth est qu'il y a toujours place pour de nouveaux produits, parfums et produits de toilette de bonne qualité et que la demande ne peut aller qu'en augmentant.

Pendant le mois de juillet 1920, le Canada a importé de France pour 57,727 dollars de parfumerie répartis comme suit:

Parfums alcooliques, eau de Cologne, de Lavande, lotion, etc.	33,107 dollars
Pommades, huiles parfumées, pâtes et poudres dentifrices, crèmes, etc. . . . .	23,409 —
Huiles essentielles . . . . .	1.211 —

Ce marché est dans le petit nombre de ceux qui semblent n'avoir pas été atteints par le ralentissement des affaires dans ce pays. Les détaillants, quoique déplorant le manque d'affaires dans les autres branches, disent invariablement que la vente des parfums est bonne, quoique les plus chers ne se vendent pas aussi facilement.

Les exportateurs français assurent une large part des affaires canadiennes. Pour les marchandises classées comme parfums alcooliques, etc... (en bouteilles, flacons ou autres réservoirs contenant plus de 4 onces chacun) les importations de France pendant les 6 mois terminés en septembre dernier étaient de \$111,216, comparés à \$37,331 en 1919, et \$25,136 en 1918. On remarque une aussi grande augmentation pour les flacons de moins de quatre onces chaque, pour lesquels on a respectivement \$58,303, \$14,159 et \$4,548.

## NOUVEAUTES SYNTHETIQUES

Peut-être est-ce à tort que ces produits sont désignés comme des nouveautés, car ils sont connus depuis longtemps. Leur fabrication a été suspendue pendant la guerre devant de plus urgentes nécessités, mais il est possible désormais de les fabriquer avantageusement.

Les prix élevés des produits naturels donneront de l'intérêt à ces corps relativement bon marché.

Citons d'abord le *Fragarol*, éther de naphthol analogue au yara-yara et à la néroline, mais dont l'alcool est l'alcool butylique et non plus l'alcool méthylique ou l'alcool éthylique, ce que l'on appelle aussi Broméla est également un éther du Beta Naphthol. Tous ces corps sont de bons fixateurs, bases pour les parfumeries courantes; on les livre à l'état simplement fondu pour la savonnerie et recristallisés dans l'alcool pour la parfumerie.

Le Benzilisocugénol, qu'il ne faut pas confondre avec le benzoylisocugénol en poudre, est un corps à parfaite odeur d'œillet.

Le Rhodinal ou aldéhyde rose introduit une note très spéciale dans la fabrication des essences de roses artificielles, de même que l'acétate de styrolyle qui donne une pointe aigre de calice de rose très remarquable et qui se combine particulièrement bien à l'alcool phényléthylique.

L'oxyde mixte benzyl-oxy-amyle ou gardénia est une excellente base de savonnerie: une trace de méthylparacrésol lui donne la note chèvrefeuille.

Tous ces corps et un certain nombre d'autres dont le nom de guerre ne révèlent pas encore l'identité, doivent être observés et étudiés avec attention; peut-être l'un d'entre eux se révélera-t-il le rival de l'alcool phényléthylique et surtout de l'hydroxycitronnellal que l'on met, avec raison, à toutes les sauces, notamment pour diminuer le prix de la plupart des essences de fleurs naturelles dont il a la ténacité et la douceur en même temps que la suavité.

## DE PASSAGE A MONTREAL

M. G. Gagné, marchand de Ste-Martine, était de passage à Montréal cette semaine. Il nous a fait le plaisir d'une visite et s'est montré optimiste sur les conditions commerciales futures.

## LES RESULTATS DES DEMARCHES DES DELEGUES DE LA SECTION DES EPICIERIS A QUEBEC

Comme on le sait, les marchands-épiciers de l'Association des Marchands-Détaillants du Canada ont été récemment en délégation à Québec pour plaider leur cause relativement à la nouvelle loi des boissons alcooliques qui doit entrer en vigueur au 1er mai.

Sans avoir obtenu gain de cause sur tous les points soulevés, ils ont cependant bénéficié de certaines concessions qui leur rendront moins rigoureux le changement prochain de système de vente des vins et de la bière.

Les épiciers ont accueilli avec satisfaction cette clause de la loi qui dit que les brasseries ne devront pas vendre de bière à d'autres qu'à ceux qui ont obtenu des permis pour la vente de cette boisson. Par conséquent, les brasseurs ne devront pas opérer des livraisons à de simples particuliers.

Il y a encore une autre clause qui donne une certaine latitude aux épiciers. C'est celle qui régit la question du domicile. Autrefois, la résidence de l'épicier, si elle était contigüe à son établissement était considérée comme faisant partie de cet établissement. Tout l'ensemble était considéré comme le siège d'affaires de l'épicier, et l'on aurait pu confisquer dans sa résidence les liqueurs qu'il n'aurait pas dû avoir dans son établissement. Maintenant son habitation sera absolument distincte du reste et l'épicier pourra y garder les liqueurs qu'il jugera bon pour son usage.

La section des épiciers désire encore le privilège de pouvoir livrer la bière dans toute l'île de Montréal. Le gouvernement de Québec le leur a accordé. Ils pourront maintenant faire ce transport sur toute l'étendue de l'île sans être inquiétés.

Ils auront encore un autre avantage relatif à la livraison. Ils ne pourront vendre de la bière après 10 h. p.m., mais ils pourront la livrer à toute heure, car il n'y a rien dans la loi qui régit ce point.

## QUEBEC ETUDIERAIT LE CONTROLE DE L'ASBESTE

Il est fait rapport que le gouvernement de Québec étudie la question de placer l'industrie des mines d'asbeste de la province sous contrôle, de la même manière dont il s'y est pris avec l'industrie du bois de pulpe, prévoyant que dans le développement des mines d'asbeste il y ait comme condition de location des droits que des usines soient établies dans la province de Québec pour la fabrication ou la manufacture partielle de cette matière.

A l'heure présente, la province de Québec fournit 85 pour 100 des besoins d'asbeste du monde, mais il en est très peu de manufacturé dans la province, les usines étant principalement aux Etats-Unis.

Cent soixante-quatorze mille cinq cent-vingt-et-une tonnes d'asbeste, évaluées à \$11,758,234, furent expédiées de la province en 1919-20.

## UNE NOUVELLE MANIERE DE RENDRE AT- TRAYANTS LES PILIERS DISGRACIEUX DE MAGASIN.

Un épicier de Montréal a adopté une manière nouvelle et attrayante de couvrir les piliers disgracieux. De chaque côté des deux vitrines d'un magasin d'épicerie locale se dresse un pilier de fer. Ces deux piliers nuisent à l'apparence de la vitrine. Et comme ces piliers ne peuvent être enlevés, l'épicier en question a obtenu d'une fabrique locale un certain nombre d'étiquettes, les mêmes que celles employées sur les boîtes de conserves. Ces étiquettes ont été collées sur chacun des piliers de sorte qu'à présent le plafond semble être supporté par des colonnes de boîtes de conserves. Cette idée de décorer les piliers n'est pas seulement attrayante, mais un bon mode de publicité, tant pour l'épicier que pour le fabricant dont on emploie les étiquettes. La grandeur du pilier à recouvrir déterminera l'étiquette la plus appropriée à cette fin. Dans le cas que nous signalons, les étiquettes sont tellement bien placées sur le pilier qu'il est très difficile de dire à première vue si c'est un pilier véritable ou une colonnade de boîtes de conserves.

Cette méthode d'emploi des étiquettes peut être adoptée dans plusieurs places du magasin. Dans certains cas où il est nécessaire de faire des étalages, des étiquettes peuvent être substituées aux marchandises et en donner l'apparence parfaite. Les manufacturiers se feront un plaisir d'approvisionner le marchand d'un certain nombre d'étiquettes pour un tel usage.

## LA CONSOMMATION DE PEINTURE AU CANA- DA N'EST QUE DE \$2.20 PAR TETE.

A une récente assemblée tenue sous les auspices du Winnipeg Paint Club, M. T. J. Moneyppenny, de l'Imperial Varnish and Color Co., soulignait le fait que la consommation de peinture au Canada n'était que de \$2.20 par tête. Il comparait ce chiffre à celui de la consommation du tabac qui est de \$6.00 par tête. Et il ajoutait que la peinture, aujourd'hui, se vendait plus comme préservatif que comme élément de décoration et qu'il fallait profiter de cette disposition d'esprit pour encourager les compagnies de nettoyage dans toutes les localités.

Que vous fassiez le commerce de détail dans la campagne ou à la ville, les vitrines d'étalage sont une forme de sollicitation de vente que vous pouvez tenir à la portée du passant à chaque heure du jour.

# Boulangerie -- Pâtisserie

## LA CAMPAGNE DE RECLAME DE 1921 EN FAVEUR DU PAIN

**L'annonce nationale du pain a produit de merveilleux résultats. — Elle a porté les boulangers à annoncer leurs propres boulangeries. — Quelques particularités de la campagne de 1921.**

Comme résultat de la publicité donnée au pain pendant les années 1919 et 1920, l'industrie de la boulangerie est passée de la huitième place à la septième avec un volume d'affaires s'élevant au Canada et aux Etats-Unis à \$1,057,600,000.

L'annonce nationale du pain qui a paru dans les magazines pendant près de deux ans a poussé les boulangers à annoncer leurs propres boulangeries.

Cet intérêt dans l'augmentation de la consommation du pain ne peut être maintenue et développée que par la continuation du travail qui a été commencé.

Commençant le premier janvier, la compagnie Fleischmann se servant des tramways du Canada et des Etats-Unis, annonce la bonté, la nature bienfaisante et l'économie du pain. Cette annonce paraît dans 3,400 villes, les cartes sont distribuées dans 34,400 voitures et atteignent 1,000,000,000 de voyageurs du continent, passant dans ces voitures chaque mois.

Le boulanger local recevra ainsi une annonce de la bonté du pain et sera en meilleure position que jamais d'unir son annonce à la campagne de publicité qui se fait dans les voitures.

L'avantage de cette annonce pour le boulanger du pays est apparent.

En 1916 la consommation du pain per capita au Canada et aux Etats-Unis était de six livres et demie par mois; en 1920 c'était un pain de 10 livres et demie par mois.

Dans la plupart des localités le nombre de voyageurs dans les tramways par jour égale le chiffre total de la population de la localité. Cette réclame soulevant un nouveau désir pour le pain, et poussant les gens de chaque communauté à acheter du pain de boulanger, sera devant les yeux de tous ces gens jour après jour, mois après mois, pendant tout le cours de l'année.

La somme de publicité devient la fondation d'une campagne nationale.

Pour accentuer l'habitude de manger du pain chez les 9,000,000 d'habitants du Canada et chez les 106,000,000 d'habitants des Etats-Unis, il est nécessaire que les directeurs de cette campagne de publicité aient de la coopération.

### Pour inciter les consommateurs à acheter.

**L'APPETIT**—Le désir de la bonne nourriture qui plaira au palais. Le pain rencontre ce désir. La ménagère désire produire des vivres qui plairont à la famille. Appel à l'appétit par les suggestions de pain et de lait, de pain et de gelée, de pain et de sauce et de sandwiches.

**LA SANTE**—L'intérêt que tout le monde porte à la santé. Le pain fait la santé. Il n'y a rien d'aussi important comme nourriture. Le bon pain ou le pain riche et du beurre ont la même énergie, les mêmes qualités pour refaire la santé que possède la nourriture normale.

**L'ECONOMIE**—Le désir d'avoir le plus possible au meilleur marché possible. Le pain est le plus économique des vivres. Corrigez l'idée que la plupart des gens ont que les viandes et autres vivres plus dispendieuses sont meilleures parce qu'elles sont plus dispendieuses. Le pain au dollar possède plus de calories, plus de propriété d'énergie et de reconstruction que toute autre nourriture.

### Résistance à vaincre.

Manque de connaissance de la valeur du pain.

L'achat des vivres d'après leurs prix, non d'après leur valeur nutritive.

L'annonce des autres vivres — \$13,000,000 dépensés par des fabricants de vivres pour annoncer dans les magazines.

Des articles publiés par de soi-disant savants sur le manque de valeur nutritive de la farine blanche.

La qualité du pain doit être bonne, ou la consommation sera diminuée.

Pour vaincre les difficultés de vendre le pain.

**CLASSE RICHE** — Petite consommation de pain. Surabondance de vivres. Ne peut être atteinte que par des suggestions—la santé ou l'appel à l'appétit.

**CLASSE MOYENNE**—Consommation moyenne de pain—De l'argent à dépenser et le désir de le dépenser sagement. Cette classe forme la majorité et est sujette à tous les appels. C'est une classe qui peut être atteinte par d'autres réclames et que nous atteindrons par conséquent.

**CLASSE OUVRIERE** — Grosse consommation de pain. Elle a besoin d'éducation pour lui montrer pourquoi elle est sage de manger du pain et pourquoi elle obtient le plus pour son argent en mangeant du pain.

### Copie d'annonce.

**APPEL A L'APPETIT**—Des pancartes développant la pensée du goût pour le pain, basé sur ses qualités bien-faisantes et nutritives. Appel direct aux hommes, aux femmes et aux enfants.

**QUALITES BIENFAISANTES**—Donnant des tables garnies de vivres, de façon lisible. Impressionnant la personne chargée de la santé de la famille de l'importance du pain. Appel direct aux hommes, aux femmes et aux enfants.

**ECONOMIE**—Plus grande valeur nutritive dans le pain que d'autres vivres. Economie de santé de temps et d'argent. Appel direct aux hommes, aux femmes et aux enfants.

**COMPETITION**—L'annonce du pain doit être dirigée d'une autre manière que celle des autres nourritures. Tous les autres vivres doivent être transportés de l'épicerie sur la table. Le pain est sur la table de tout le monde tous les jours. Notre copie doit être préparée de manière à créer une appréciation de cette nourriture. L'appel ne consiste pas à dire d'acheter du pain mais dire de manger du pain.

## LE "POURQUOI" DANS LES VIANDES ET LES PRIX

Lorsque le commerçant de viandes achète un bouvillon, il achète deux choses différentes. Il doit prendre garde à un facteur plus fuyant que le viande de boeuf: les sous-produits.

Il arrive que l'achat de ces sous-produits est fort difficile. Les conditions du commerce relatives à ces sous-produits sont fort transitoires et sujettes à des changements soudains dans les prix. Ce que le commerçant peut obtenir de la vente de la viande est assez facile à calculer, car elle sera vendue dans les deux semaines qui suivent l'achat.

Il en est tout autrement avec la peau, les huiles, les intestins, les boyaux, les engrais, les graisses, le sang et les nerfs pris du tout et qui ont été très dépréciés.

Il s'écoule parfois des mois avant que ces produits atteignent le consommateur à cause des différents usages que l'on en fait. Les peaux, par exemple, demandent une préparation d'un mois.

Les prix de ces différentes choses ne varient point de manière à permettre au commerçant d'en avoir une idée assez juste au temps où il achète l'animal.

L'année 1920 a vu une glissade sans précédent dans le prix des sous-produits. Les peaux, qui se vendaient 50 sous la livre au printemps, étaient refusées pour 15 sous à l'automne.

Un peu d'arithmétique démontrera ce qui peut se produire à l'achat d'un bouvillon de 850 lbs.; d'abord, lorsque la peau et les sous-produits se vendent cher, ensuite, lorsqu'ils se vendent à bon marché.

A/ Payé pour le bouvillon @ 13c . . . \$110.00  
(Toutes les dépenses) . . . . . 15.00

Coût du bouvillon . . . . . \$125.00

Reçu des sous-produits:

La peau, 60 lbs. @ 50c . . \$30.00

Autres sous-produits . . . . . 10.00

————— \$40.00

Il reste donc 125 lbs. de viande pour

obtenir . . . . . \$85.00

ou, en d'autres termes, l'on doit vendre la viande sur carcasse 20 sous la livre pour couvrir le coût de l'animal vivant.

B/ Payé pour le bouvillon @ 10c. . . . \$ 85.00  
Toutes les dépenses (les mêmes) . . . 15.00

————— \$100.00

Reçu des sous-produits :

La peau, 80 lbs. @ 12c. . . . . \$7.20

Autres sous-produits . . . . . 6.00

————— \$13.20

Il reste donc 125 lbs de viande devant

rapporter . . . . . \$86.80

ou, la viande doit être vendue sur carcasse à 20.4 sous la livre pour couvrir le coût seulement.

(Les prix pour les peaux et sous-produits à Toronto durant 1920 furent plus élevés que ceux donnés ici.)

La même cause répond aux plaintes du consommateur que le prix des viandes en détail ne baisse pas en rapport avec le prix de l'animal vivant.

## LA SATISFACTION AUX CLIENTS

Nul commerce ne saurait être conduit avec succès à moins que ses clients ne soient satisfaits des marchandises et du service fournis et qu'ils continuent régulièrement à acheter, entraînant d'autres clients à leur suite.

Tout commerce, que ce soit un gros magasin ou un petit, que ce soit même le plus grand magasin du monde, ne saurait édifier ses affaires ou entretenir ses ventes sur des clients mécontents. Cela coûte plus pour faire un client que votre profit immédiat sur ce client. Faire un nouveau client, c'est faire un placement de fonds. Le profit que vous réalisez sur les affaires que vous faites avec ce client est un dividende. Vous ne devez ni ne pouvez rentrer immédiatement dans votre capital. Vous devez compter sur les commandes répétées et la clientèle continue pour gagner assez de dividendes pour vous rembourser de votre placement.

# Cigares, Cigarettes et Tabacs

## CE QUE J'AIME A VOIR DANS UN MAGASIN DE CIGARES

Il n'y a rien qui m'indispose comme d'entrer dans un magasin de cigares malpropre où le plancher est couvert de bouts de cigares et où les fixtures semblent n'avoir jamais été lavées depuis leur installation. Il n'est rien qui me plaise plus en tant que client, que d'entrer dans un magasin de cigares où tout est net et propre, où la vitrine reluit, et où l'apparence générale du magasin est alléchante et invitante.

Le vendeur de cigares qui a le plus de succès avec moi est celui qui se montre enthousiaste, qui semble prendre un réel plaisir à me servir les choses que je désire acheter. Mon impression d'un bon vendeur est formée par l'apparence personnelle de ce vendeur. S'il est propre et bien habillé, s'il est rasé de frais et peigné convenablement j'ai une impression agréable.

J'achète avec répugnance dans un magasin dont le stock est tout poussiéreux et dont les boîtes de cigares paraissent vieilles. Mais, c'est un véritable plaisir pour moi que de faire mes achats dans un magasin où tout le stock est bien en place et toujours en ordre.

J'estime que mieux un magasin est éclairé, meilleur il est et plus il attire de clientèle. L'abondance de lumière est l'ennemie de la saleté et le magasin bien éclairé est en général la marque d'un commerce bien tenu.

Il se peut que beaucoup de fumeurs ne s'attardent pas à regarder les journaux ou les magazines en entrant dans un magasin de tabac, mais pour ma part, je m'y intéresse toujours. J'achète quantité de revues et magazines, et quand j'entre dans un magasin de tabac, je m'en procure presque toujours un numéro. Et comme je n'achète mes journaux dans aucun autre magasin, je recherche naturellement le magasin de tabac qui tient des périodiques. Et j'aime à voir les magazines bien étalagés, en bonne condition, et non empilés pêle-mêle dans un coin.

Pour être franc, j'avouerai que je ne déteste pas me regarder dans un miroir pour voir comme je suis, et je préfère le faire dans un magasin de tabac qu'à la devanture de quelque magasin de nouveautés qui a des miroirs dans ses vitrines. Ainsi donc, le magasin de tabac qui a un ou deux miroirs à l'intérieur savamment combinés m'attire plus qu'un autre.

Il y a, je crois, dans ces quelques remarques de bons atouts de vente que les marchands-détaillants de tabac ne devraient pas ignorer. Oubliez que ces remarques sont écrites à la première personne et essayez d'en tirer parti vous-même.

(Un observateur)

## VALEUR DE REMPLACEMENT DU TABAC

M. Jones, caissier de la State National Bank des Etats-Unis, dans sa récente causerie sur les "prix de remplacement" pour le tabac, disait la vérité bien simplement quand il prétendait que les cultivateurs, comme les marchands devaient subir leur perte sur les marchandises à vendre.

Entre les marchandises des marchands et le produit du cultivateur de tabac, il y a cette différence: Le marchand achète les produits de la main-d'œuvre aux prix cotés quand il achète. Le cultivateur de tabac, produit une récolte à un prix de main-d'œuvre sur lequel il n'a pas beaucoup de contrôle. Récemment, il a payé très cher pour la main-d'œuvre. Peut-être en sera-t-il de même en 1921, de sorte que son coût de remplacement peut être plus fort que certaines personnes peuvent le penser, mais qu'il puisse contrôler le prix des marchandises en mains, exigeant pour ces marchandises un profit qu'il juge raisonnable, alors que les marchands n'ont pu réussir à contrôler le prix des produits qu'ils ont payés cher, voilà qui n'est que pure rêverie. Il convient de se rappeler que la plupart des hommes d'affaires, il y a six mois, disaient que les marchands avaient droit à des prix représentant un profit sur leurs achats, mais qu'ils se rendaient compte qu'ils avaient réduit leurs prix et subi leurs pertes. La vieille règle de l'échange établissant que ce que vous avez à vendre n'a que la valeur que vous pouvez en obtenir est, en certains cas amère, mais les marchands l'ont trouvée vraie et les acheteurs de marchandises ne sont pas des magnats de trust se coalisant pour battre le marchand.

Quelles que soient les machinations des acheteurs, il y a des faits et des conditions, comme le pointe M. Jones, qui créent un affaissement dans les prix du tabac.

Les fermiers du Kentucky feront bien de profiter de leur expérience désastreuse dans l'augmentation de la culture du tabac et de consacrer plus de leur temps à d'autres récoltes. Nous disons cela sans oublier le fait qu'il n'y a pas de récolte qui, à présent, promette d'être aussi profitable que le tabac le fut l'an dernier et l'an d'avant.

(State Journal).

## LES PIPES DE BRUYERE

La plupart des fumeurs sont sous l'impression que le bois dont sont faites les pipes de "briar" n'a rien à faire avec le bois de rose anglais, mais que le mot est une corruption du mot français "bruyère".

On croit en général que la bruyère vient de France. C'est une fausse idée. Il n'y a plus de bois de bruyère français et aujourd'hui, ce sont les Alpes Toscannes, la Corse et l'Algérie qui fournissent la matière dont sont faites les pipes, en véritable bruyère.

---

### LE TABAC IMPORTE EN SUISSE

---

Le tabac en feuilles importé en Suisse pendant les neuf premiers mois de 1913, s'élevait à 5,848 tonnes métriques; pendant les neuf premiers mois de 1919 le montant s'élevait à 9,018 tonnes métriques, et pendant les neuf premiers mois de 1920 il retombait à 7,894 tonnes métriques.

---

### LES PROFITS DE L'IMPERIAL TOBACCO CO. OF GREAT BRITAIN AND IRELAND

---

L'Imperial Tobacco Co. of Great Britain and Ireland fait rapport de profits nets de £6,659,791 pour l'année prenant fin au 31 octobre 1920, en comparaison de £4,665,109 pour 1919.

---

### L'ESPAGNE, ACHETEUR DE CIGARETTES

---

Les manufactures de cigarettes espagnoles sont incapables de répondre à la demande; il y a donc dans ce pays un marché ouvert pour cigarettes étrangères. Les offres seront bienvenues de la Campania Arrendataria de Tabacos, Calle del Barquillo, Madrid. Les lettres devront être écrites en Français ou en Espagnol.

Le gouvernement espagnol a concédé la vente et l'achat du tabac et produits du tabac à la Campania Arrendataria. Toute maison étrangère désirant faire affaires avec l'Espagne doit traiter avec cette compagnie. Cette dernière manufacture la plupart des cigarettes qu'elle vend.

La dite compagnie ne s'oppose pas à ce que les étrangers vendent leurs marchandises à leurs propres clients en Espagne, pourvu que la compagnie obtienne sa commission sur la vente. La compagnie charge 12 pour cent sur les cigarettes et 25 pour 100 sur les cigares et tabacs. Elle reçoit les marchandises et encaisse la facture et envoie l'argent au marchand étranger après déduction de sa commission. Le droit d'importation sur les cigares s'élève à 48 pesetas sur les cigarettes et à 30 pesetas par kilogramme (2 livres) sur le tabac. En outre, un petit compte est à payer pour l'inspection de la douane.

En Espagne, tout homme, femme et enfant d'un certain âge fume des cigarettes. La consommation des cigares est négligeable. Ce qui s'y importe dans la branche des cigares vient de Cuba presque exclusivement.

### MANUFACTURIERS DE TABAC EN CONGRES A L'HOTEL PLACE VIGER

---

Une cinquantaine de manufacturiers et manipulateurs de tabac canadien ont accepté l'invitation que leur avait faite le Ministère de l'Agriculture de la province, de venir discuter les meilleures mesures à prendre pour assurer l'avenir de la culture et de l'industrie canadienne du tabac et se sont réunis lundi de cette semaine à l'hôtel Place Viger.

L'assemblée qui a été présidée par M. J. M. Fortier, manufacturier et producteur bien connu, était composée de représentants de plusieurs paroisses des environs de Montréal, en particulier de St-Jacques et St-Roch de l'Acchigan, de St-Alexis, de l'Epiphanie, de St-Lin, de Joliette, de St-Thomas et d'ailleurs.

M. J. Henri Lavoie, chef du service de l'horticulture de la province, représentant le ministre de l'Agriculture, a déclaré que c'est l'intention du gouvernement d'améliorer la production du tabac.

Le marché de la province est à l'heure présente, à vraiment parler, le seul ouvert à la consommation du tabac canadien. Il faut donc cultiver un bon produit si on veut conserver ce marché et induire le consommateur à acheter de préférence au pays plutôt qu'à l'étranger.

Afin de protéger le consommateur et le producteur honnête, chaque balle de tabac devrait désigner le nom du producteur, la variété de la marchandise et son numéro de classification. De cette manière le consommateur serait sûr d'avoir un bon produit et les producteurs peu scrupuleux qui mettent sur le marché une marchandise de qualité inférieure, seraient bientôt boycottés.

Sur les 45 millions de livres de tabac consommées au Canada, l'an dernier, 21 millions étaient importées. C'est infiniment trop, car avec du soin et de la réglementation, nous pourrions produire tout le tabac dont nous avons besoin.

M. Fortier, de son côté, prétend qu'il est grand temps de cultiver le tabac avec méthode et de bannir du marché les produits de qualité inférieure.

Nous devrions encourager la production des robes et des enveloppes à cigares.

A l'heure actuelle, nous sommes obligés d'importer de Sumatra, de Java et du Connecticut, ces robes et ces enveloppes que nous pourrions facilement nous procurer chez nous, avec un peu de bonne volonté.

L'Angleterre importe annuellement des Etats-Unis environ 150 millions de livres de tabac. Si nous pouvions réussir à cultiver un tabac qui donne satisfaction au consommateur anglais, nous aurions là un marché d'autant plus important que l'Angleterre accorde une préférence tarifaire à nos produits.

Plusieurs autres manufacturiers et producteurs, notamment MM. Courchesne, M. David Dupuis, Benoit, ont exprimé leurs vues sur les meilleurs moyens à prendre pour donner à la culture de tabac canadien l'encouragement qu'elle mérite.



## LE CONGRES DES PLANTEURS DE TABAC CANADIENS S'EST TENU CETTE SEMAINE A ST-JACQUES L'ACHIGAN

St-Jacques de l'Achigan que l'on désigne comme le comté des planteurs du tabac canadien a été envahi cette semaine, par au moins 450 délégués venus des comtés de Montcalm, de Joliette, de Berthier, de St-Hyacinthe et de l'Assomption représentant environ 2,500 membres, planteurs et distributeurs de tabac dans cette province.

Les manufacturiers étaient également bien représentés.

Désireux de travailler au rétablissement de l'équilibre rompu entre la production et la consommation du tabac cultivé dans cette province, le Ministère de l'Agriculture de Québec, à la demande de la nouvelle association, avait envoyé trois de ses meilleurs conférenciers, pour aviser les membres sur les meilleures mesures à prendre en vue d'assurer l'avenir de la culture et de l'industrie canadienne du tabac.

On a parlé de l'importance de cette production industrielle; des améliorations culturelles et des procédés de classification qui s'imposent pour répondre aux besoins de ce commerce et de cette industrie; des moyens préconisés pour augmenter la consommation du tabac canadien et pour en protéger le commerce et l'industrie; de la concurrence locale et de la concurrence étrangère.

Ce congrès a eu lieu dans la salle publique de la paroisse et il fut présidé par M. Olivier Desrochers, conjointement avec M. l'abbé Chevalier et les maires J. W. Munn et Jules Leblanc, les deux maires de la paroisse et de la municipalité de St-Jacques. M. Damase Forest agissait comme secrétaire.

M. J. W. Munn fut le premier orateur. Il souhaita d'abord la plus cordiale bienvenue aux délégués, aux officiers de la province de Québec et il déclara qu'il était heureux de leur remettre les clefs de la petite ville du comté de Montcalm.

Il déclara que St-Jacques avait été bien choisi pour la tenue de ce congrès, car c'est à cet endroit, il y a cinquante ans, que les planteurs mettaient en terre les premiers plants de tabac.

Il est certain que cette association est appelée à faire beaucoup de bien, (elle compte actuellement 2,500 membres), car déjà nous sommes presque une association provinciale.

Cette association, dit-il, a pour but d'augmenter la production du tabac, de l'améliorer, de le préparer avec plus de soin, afin de faire une concurrence loyale aux planteurs et manufacturiers des autres provinces comme de l'étranger.

Il est aussi dans le programme que nous préconisons, l'intention de demander au gouvernement fédéral une certaine diminution dans les droits d'accise pour notre tabac canadien et de nous ouvrir un marché en Europe.

On lui demandera également de défendre aux manufacturiers de cigares de vendre aux autres manufacturiers de tabac à pipe et de cigarettes le coton de tabac, dont on se sert actuellement dans ces tabacs, quand il était défendu avant la guerre de ce faire.

L'intention de cette nouvelle association est aussi de demander au gouvernement d'Ottawa une plus forte taxe pour le tabac importé des Etats-Unis, afin de protéger l'industrie du tabac canadien. Cependant nous lui demanderons encore de ne pas augmenter la taxe sur les tabacs que nous sommes obligés de faire venir des Etats-Unis, particulièrement la feuille de tabac dont on se sert pour envelopper le cigare et que nous ne pouvons encore produire au Canada.

Quant au prélèvement de la taxe additionnelle sur les tabacs importés des Etats-Unis, c'est notre désir de demander au gouvernement une augmentation de vingt sous par livre, afin que le planteur et le manufacturier canadiens soient protégés contre cette concurrence.

Ici, l'orateur donne les raisons qu'il croit motivées pour la diminution de la vente des tabacs canadiens.

L'augmentation du coût de la main-d'oeuvre et aussi la prohibition ont généralement affecté l'industrie du tabac dans cette province.

M. Damase Forest, l'actif secrétaire-trésorier, est l'orateur suivant. Il donne lecture d'une lettre du député Daniel formulant ses regrets de ne pouvoir assister à cette réunion des planteurs de tabac canadien vu qu'il doit recevoir chez lui ce jour-là deux délégations de son comté.

M. Forest se déclare enchanté de la formation de cette association dont les membres recrutés dans tous les comtés de la province où l'on fait la culture du tabac, sont déjà si nombreux puisqu'aujourd'hui, à peine formée depuis quelques semaines, elle compte 2,500 membres.

M. J.-H. Lavoie, du département de l'Agriculture de Québec, est ensuite invité à prendre la parole. Au nom de l'honorable ministre de l'Agriculture, il offre tout le secours du gouvernement aux planteurs et industriels du tabac de cette province et il les félicite de cette formation d'association que l'on pourrait désigner comme une société syndiquée, mais il se déclare pour le moment contre la formation d'une coopérative de planteurs et industriels de tabac.

M. Lavoie qui est un expert en arboriculture, fait ici l'historique du tabac à travers les âges et sa conférence assaisonnée de mots bien spirituels déride le front des plus sérieux.

Au cours de ses remarques, il surprend les congressistes en déclarant que sur une consommation de vingt-huit millions de livres de tabac on en exporte dix millions des Etats-Unis et à l'étranger.

Il adresse ses plus chaleureuses félicitations aux planteurs de tabac pour s'être formés en association, car de ce chef, ils seront une puissance auprès des gouvernements.

Il déclare de plus qu'il faut de toute nécessité améli-

orer notre tabac canadien, si nous voulons faire une lutte loyale aux producteurs des autres provinces et il s'agira de savoir des manufacturiers la qualité dont ils ont besoin.

En améliorant la qualité, on augmentera de ce fait notre production et on pourra vendre à meilleur prix.

Il cite ici ce qui a été fait pour le beurre qui commande sur le marché étranger de si hauts prix. Le département de l'Agriculture de Québec qui a toujours suivi avec un oeil jaloux, les progrès des cultivateurs, a désiré que l'on fournisse un beurre de qualité supérieure, et il a encouragé de toutes les manières les fabricants de bon beurre.

Aujourd'hui, ce produit est primé à l'étranger et les ventes ne manquent pas. Il pourra en être ainsi de notre tabac canadien, à condition qu'on en améliore la qualité et que l'on suive fidèlement les conseils que les experts seront heureux de venir donner aux planteurs et industriels.

On devrait, dit-il, améliorer cette production et une meilleure préparation afin d'inciter nos gens à fumer ce produit local plutôt que les tabacs de Virginie.

Il explique à la demande du président, les moyens à prendre pour la formation de cette association.

M. Paul A. Séguin souhaite à tous le plus cordial bonjour et promet tout son appui et son dévouement à l'Association dont il est heureux de féliciter les membres. Il les félicite de la formation de cette union et leur promet tout son concours auprès du gouvernement particulièrement à l'époque où se fera à Ottawa, la discussion sur ce budget.

M. J.-B. Cloutier parle de la coopérative des Planteurs de Tabac comme un complément de leur association, mais il leur demande d'attendre encore pour cette formation. Il leur conseille pour le moment de se mettre en société syndiquée.

Cette association aura aussi pour effet de mettre le producteur en relation intime avec le manufacturier sans avoir besoin de recourir à l'intermédiaire.

M. J. Hector Piètre, agronome pour le comté de l'Assomption, apporte la nouvelle des planteurs de tabac de l'Assomption que ces derniers, au nombre de 500, seront heureux de s'associer à cette société et de s'y fédérer.

MM. Joseph Marion, de St-Jacques, et M. l'abbé Albert Chevalier, représentant de M. le curé Houlé, aujourd'hui en Floride, saluent cordialement la nouvelle association.

M. Etienne Paradis, du département de l'Agriculture de Québec, au nom du gouvernement de Québec, promet des champs de démonstration et il déclare que certains terrains ont été jusqu'à donner 1,700 livres de tabac à l'arpent.

M. Sylvestre, agronome du comté de Montcalm, déclare qu'on en est à une admirable organisation et qu'il ne faut pas s'arrêter en si bon chemin. Il félicite les curés des diverses paroisses pour l'aide qu'ils ont apportée pour la formation de cette association.

## L'Exécutif.

Les délégués du comté de Montréal se réunissent sur le champ et ils font l'élection de leurs officiers dans l'ordre suivant: Président, M. Olivier Desrochers; vice-président, Abraham Dupuis; secrétaire-trésorier, Damase Forest.

M. Domina Bachand, de St-Hyacinthe, président de l'Association pour ce comté a ensuite une entrevue avec les dignitaires, et il est décidé de former immédiatement l'Association des Planteurs pour ce comté, tout comme celles des comtés de Joliette, de Berthier, de Montcalm et de l'Assomption.

Bref, ce fut un congrès des mieux réussis dont il convient de féliciter les organisateurs.

---

## UNE DECISION QUI INTERESSE LES AMATEURS DE TABAC

---

On ne saurait considérer comme une manufacture de tabac, le fait d'avoir chez soi un couteau rotatoire pour couper les feuilles de cette plante, a déclaré, lundi dernier, le juge Leet qui, en même temps, a renvoyé la plainte contre M. J.-I. Robert, 730, Saint-Hubert, à Montréal.

Ce dernier était accusé d'avoir eu en sa possession, le ou vers le 30 décembre dernier, sans un permis à cette fin, une machine pour couper le tabac. L'accusation avait été portée par M. L. Loranger, un officier de prévention du département du Revenu de l'Intérieur.

Le juge Leet a déclaré dans sa décision, qu'un grand nombre de personnes achètent leur tabac soit en feuilles ou en palette; et qu'elles le coupent elles-mêmes, pour leur propre usage. Qu'elles emploient un couteau ordinaire ou un couteau rotatoire, on n'a pas à y voir, cela dépend de leur goût.

"Si, dit le président du tribunal, l'accusé était propriétaire d'une épicerie, d'un magasin de tabac ou d'un établissement quelconque où l'on vend du tabac, ou encore s'il était commis dans un de ces magasins, j'aurais pu considérer la chose comme plus grave. M. Robert est l'un des greffiers de la Cour de circuit, il n'a pas l'occasion de couper du tabac pour en faire un commerce. Je considère que l'accusation n'est pas fondée et je n'ai pas d'hésitation à l'acquitter honorablement", dit en terminant le juge.

---

Les ventes de la Tobacco Products Corp. en Chine ont augmenté de 300% par mois sur les affaires faites au début de l'année courante. Des plans ont été préparés pour une nouvelle augmentation en 1921 et sur la base de ces plans, on s'attend à ce que les ventes à la fin de l'année soient de 1000% sur celles de janvier et février 1920. L'expansion des affaires en Chine nécessitera l'envoi d'un des principaux membres de la Compagnie en Orient pour prendre soin personnellement des opérations de la compagnie.



## COMMENT LUTTER CONTRE L'ENNEMIE DU MARCHAND LOCAL LA VENTE PAR POSTE



### COMMENT UN COMMERÇANT S'Y PRIT POUR COMBATTRE LA CONCURRENCE DES MAISONS VENDANT PAR CORRESPONDANCE.

Il y a quelques années, une certaine ville se trouvait en bien mauvaise posture, sauf pour quelques épiciers à courte vue. Elle était réputée comme une des villes où les prix étaient les plus élevés et les fermiers n'y achetaient que quand ils ne pouvaient le faire ailleurs. Cette ville était en décroissance. Le commerce par correspondance s'y infiltrait. Elle semblait destinée à une dérépitude lente.

Aujourd'hui, on la considère comme la meilleure ville où commercer. Elle est florissante, c'est une bonne place pour faire affaires. Les ventes par correspondance n'y entrent que rarement. Et ceci est en grande partie le résultat de l'esprit d'entreprise et du courage d'un homme qui parlait ainsi de la chose:—

"J'avais été dans cette ville pendant des années à y exercer le commerce de gros; j'y avais fait de l'argent, j'avais liquidé mes affaires et j'en étais parti. Je n'avais nullement l'intention arrêtée de me remettre en affaires. Mais une fois en descendant à la gare, je vis de grandes piles de marchandises adressées aux fermiers et aux résidents de la ville que je connaissait personnellement. C'était des marchandises de commandes par poste et je me fis un jeu d'en compter la quantité. Je m'adressai à l'agent du fret et il me dit que ce genre de commerce de l'extérieur augmentait considérablement chaque semaine. Je décidai de faire une petite enquête sur le commerce de la ville.

"Immédiatement je découvris beaucoup de choses que je connaissais assez bien mais auxquelles je n'avais pas réfléchi et dont la signification commença à m'apparaître clairement. Déjà j'étais familier avec les prix élevés que les marchands chargeaient ici, principalement les épiciers, car c'était leur ligne que je connaissais par expérience. Et mon étude me fit découvrir ceci:

"Huit ou dix épiciers y tenaient magasins qui faisaient de l'argent d'une façon criminelle. Pour eux le marché était toujours en hausse, jamais en baisse. Par exemple, le blé d'Inde montait à 15 cents la boîte et y demeurait. Quand le prix en retombait à 80 cents la douzaine, ils faisaient payer 15 cents tout comme quand le coût en était à \$1.25, et les autres choses étaient en proportion. Ces

hommes battaient monnaie de tout, mais c'était au détriment de la ville et un malaise général y régnait.

"Je résolus de voir si un homme capable avait une chance de lutter contre la concurrence des maisons vendant par correspondance. J'estimais qu'un homme qui entre intelligemment dans tous les détails de son commerce et qui vend sur une base similaire à celle des maisons de vente par poste pouvait concurrencer ces dernières et gagner l'argent qu'elles gagnaient.

"Après quelque temps, je me mis dans le commerce d'épicerie au détail. Je pris un magasin sur une rue à côté et écartant tous accessoires inutiles je vendis au comptant et recherchai le gros des affaires.

"Je me fis un devoir d'annoncer de vive voix et par écrit que je remplirais toute commande aux mêmes termes que les maisons de vente par poste et aux derniers prix de leurs catalogues. Je me souviens d'un fermier qui me rétorqua lorsque je lui fis cette proposition: "Comment une petite maison comme la vôtre peut-elle faire une offre aussi avantageuse?" Je lui répondis qu'il n'avait pas à s'en préoccuper, tout ce qu'il avait à faire c'était d'essayer. Ma proposition se résumait à ceci: "Ecrivez votre commande choisie à même le catalogue d'une de ces maisons, apportez-moi la et elle sera remplie au prix du catalogue plus le fret et le coût du mandat de poste."

"J'ajoutai que je faisais plus que la maison de vente par correspondance, car mes acheteurs pouvaient rapporter quelque article de leur commande, le laisser, et recevoir d'autre marchandise le même jour. Je persuadai aux incrédules que les marchandises qu'ils demandaient pouvaient m'être refusées: s'ils ne les trouvaient pas satisfaisantes et si la qualité ne leur convenait pas. "Comprenons-nous maintenant: je ne voulais pas dire que les clients pouvaient venir au magasin et nous montrer le prix d'un catalogue pour des paquets de raisins à 24 cents en nous demandant si nous pouvions faire ce prix. Non, notre prix alors, était de 30 cents. Mais ils pouvaient établir leurs commandes — nous ne les écrivions pas pour eux, pas plus que nous ne les aidions à faire choix des marchandises. Nous ne perdions pas de temps avec eux. C'est là un service que ne leur fournit pas d'ailleurs la maison de vente par catalogue. Ils pouvaient écrire leur commande dans notre magasin ou chez eux, prendre les prix du catalogue, nous payer le plein montant de la commande plus le fret et les trois sous de frais du mandat de poste. Ensuite ils nous remettaient la commande et nous la remplissions.

“Au début, il y eut des discussions. Les fermiers vinrent et essayèrent de nous contredire et de nous combattre. Nous restâmes impassibles, répétant simplement que nous ferions ce que nous disions. Et nous avons fait de l'argent sur l'ensemble.

“Aujourd'hui, il n'y a plus de contestation. Rarement entendons-nous une objection sur les prix ou les termes. Les clients savent à présent que nous faisons bien les choses. Ils achètent de la façon régulière, une chose ou deux à la fois et payent nos prix réguliers, s'ils le veulent, ou bien établissent leurs commandes générales: nous vendons des deux manières.”

La maison en question possède aujourd'hui quatre magasins dans cette ville et fait \$300,000 d'affaires d'épicerie. Chaque magasin n'est agencé que du strict nécessaire pour la pesée et l'emballage; il ne s'y trouve pas d'accessoires inutiles. Et ce qui est à noter de remarquable, c'est que depuis que ce commerçant a ouvert ce nouveau commerce dans la ville, tous les épiciers qui y font affaire, ont progressé et font plus d'argent. Ce qui n'est pas moins remarquable c'est que la vente des maisons traitant par correspondance s'y est éteinte petit à petit jusqu'à devenir nulle.

Et cet exemple peut ouvrir des horizons nouveaux aux commerçants travailleurs et courageux qui peuvent y trouver la voie d'une amélioration sensible de leur propre condition et de celle de leur localité.

---

## LE BLANC DE PLOMB A L'HUILE CONTINUE A BAISSER

Le blanc de plomb à l'huile a été réduit de \$2.00 les 100 livres la semaine passée. Le mastic d'huile de lin pur a été réduit aussi de \$2.00 le quintal et le mastic courant de \$1.00 le quintal. Il y a eu trois réductions dans les prix du blanc de plomb dans les trois derniers mois. Pendant la plus grande partie de l'année dernière, le prix de Montréal en lots d'une tonne se maintint à \$20.00 le quintal. A la fin de novembre 1920, le prix était réduit de \$2.25 le quintal. Le changement suivant se produisit la seconde semaine de janvier, alors que le prix baissait encore et était réduit de \$1.25 les 100 livres, et le 23 février ce dernier fléchissement portait le \$14.50 le quintal. La nouvelle cotation est approximativement de 271½ pour 100 au-dessous du prix de la dernière saison.

Sur les marchés primaires, le plomb en saumon continue à être faible et le plomb sur place est coté avec une réduction de 40 pour 100 du prix moyen de 1920, ou 50 pour 100 du prix maximum de 1920. Sur les marchés de Londres, les baisses s'élèvent de 45 à 60 pour 100. On prétend que les prix actuels du plomb en saumon sont au-dessous du coût de production et que les gros producteurs réduisent leur production et que plusieurs des mines les plus importantes ont cessé leur exploitation. La présente baisse du mastic est une réduction de 20 pour 100 pour le

mastic d'huile de lin pure, et de 13 pour 100 sur le mastic régulier en tonnelets de fer de 25 livres.

Il est à noter que tandis que l'huile de lin est en baisse considérable sur les prix élevés de l'an dernier, il n'y a pas eu beaucoup de changement dans le blanc d'Espagne et les prix sur cette commodité continuent à être fermes.

---

## NOTRE SERVICE D'INFORMATION

### (Ste-Gertrude)

Seriez-vous assez bon de me donner l'adresse d'une manufacture où je pourrais acheter des coupons de coton, indienne, flanelle et autre.—H.M.

Réponse—P. P. Martin & Cie, Limitée, 50 Rue St-Paul Ouest, Montréal.

\* \* \*

### (Coteau Station)

Vous nous obligeriez beaucoup en nous donnant des adresses où nous pourrions nous procurer des palmes pour le dimanche des Rameaux.—H. R. S.

Réponse—Desmarais & Robitaille, 31 Rue Notre-Dame Ouest, Montréal.

\* \* \*

### STE-CROIX (Co. Lotbinière)

Veuillez me donner l'adresse d'une maison où je puis me procurer des sarcloirs de jardin, pour être traîné par un cheval, et les acheter avec avantage pour rencontrer la compétition des agents locaux de manufactures de machines agricoles. — J.-H.-L.

Réponse:—Starke Seybold Ltée, 14 rue St-Pierre, Montréal.

\* \* \*

### (St-Jean Port-Joli)

Voudriez-vous avoir la bonté de me dire où je pourrais me procurer du rotin. — C. E. P.

Réponse:—R. C. Déry, 28 rue Vitré Ouest, Montréal.

---

## NOUVEAU GERANT PROVINCIAL DE McCASKEY SYSTEMS LIMITED.

Nouveau gérant provincial de McCasKey Systems Limited M. J. E. Bédard qui était depuis onze ans voyageur pour la McCaskey Systems Limited, vient d'être nommé gérant de cette maison pour la province de Québec, avec son bureau au No 21 de la rue Cherrier, à Montréal.

La longue expérience que M. Bédard a acquise dans cette ligne lui permettra de remplir avec succès sa nouvelle position et de donner un nouvel essor à sa maison dans la province de Québec.



# L'ART DE LA VENTE AU DETAIL



## REGLES FONDAMENTALES POUR REUSSIR DANS LA VENTE

**Les facteurs d'une vente. — Le mouvement dans la vente. — L'annonce et l'art de vendre. — Ce n'est pas ce que vous savez, mais ce que vous faites qui compte.**

Il y a trois éléments dans chaque transaction de vente. Premièrement, le vendeur, ou la première partie au contrat, celle qui négocie la transaction. Deuxièmement le client avec qui vous négociez la transaction. Troisièmement, l'article, les marchandises ou l'idée que vous voulez faire accepter par le client. Maintenant s'il doit y avoir transaction ce sera lorsque l'idée du vendeur rencontrera celle du client sur une même proposition. (L'orateur représenta les trois facteurs par trois lignes parallèles, celle du centre représentant les marchandises). Des lignes parallèles ne se rencontrent jamais. Vous pouvez avoir le meilleur vendeur du monde, vous pouvez avoir le meilleur article, vous pouvez avoir le meilleur client, à moins qu'il ne se produise une courbe, une rencontre des idées, il ne pourra jamais y avoir de vente. De sorte que l'art de vendre est l'art de faire concorder les idées.

Le premier sujet auquel un homme doit vendre ce qu'il se propose de vendre, c'est lui-même. Comme Elbert Hubbard avait habitude de dire: "Avez-vous confiance dans les marchandises que vous maniez?" C'est la première épreuve. La seconde est que vous devez vendre vous-même à l'acheteur en perspective. Ne voyez-vous pas maintenant que lorsque le vendeur aura foi dans sa proposition et que l'acheteur aura confiance au vendeur, combien il sera facile de faire croire à l'acheteur ce que le vendeur croit?

Retenez bien cette classification et nous allons concentrer nos pensées sur la vente elle-même, les étapes par lesquelles passe la pensée lorsqu'on parvient à une décision. Je ne toucherai qu'aux points saillants dans la marche de la vente. Il y a quatre étapes distinctes. Afin d'en venir là, pensez à quelque chose que vous avez acheté à quelque article qui vous a été réellement vendu. Vous n'avez pas acheté l'article avant de l'avoir désiré; vous ne l'avez pas désiré tant qu'il ne vous a pas intéressé et vous n'y avez pas été intéressé tant qu'on n'y a pas attiré votre attention. Prenez le contraire de cela et vous avez une loi absolue de vente. L'esprit, quelle que soit la

chose que vous vendiez, que ce soit du ruban, des chemins de fer, des automobiles ou des avions, non seulement quelquefois, mais toujours, passe par ces quatre étapes distinctes.

La première est "l'attention favorable". Si un verre est rempli d'eau vous ne pouvez verser plus d'eau dans le verre sans en renverser; et si l'esprit du client est occupé à d'autres choses, vous ne pouvez faire entrer vos idées dans son esprit tant que son esprit n'est pas "répandu". Donc le vendeur heureux sera celui qui saura répandre favorablement et plaisamment l'esprit de l'autre particulier.

La prochaine chose à obtenir, c'est "l'intérêt" et ce n'est rien autre chose que l'attention favorable en plus. Son esprit est dégagé, mentalement, il penche de l'avant. Il est prêt à écouter ce que vous avez à lui dire. Alors vous devez exciter chez lui un "désir" en plus de l'attention favorable et de l'intérêt.

Il y a deux maux à éviter dans la clôture d'une transaction. L'une est de parler longtemps au client, de l'amener sur le point de clore l'affaire et de le laisser ensuite retomber dans l'abîme de l'indifférence.

L'autre est de trop parler et de faire perdre l'intérêt au client. Il y a plus de ventes perdues par excès de langage que par défaut de langage. Je suis de plus en plus convaincu, à mesure que j'étudie le sujet, que l'art de vendre consiste plus dans les actions que dans les paroles. Le temps de cyclone verbal, de moulins à vent humains et de véritables machines à parler dans l'art de vendre, est passé. C'est l'âge où tout le monde veut être bien informé. La pratique veut savoir pour quelle raison elle doit acheter. Ce sont des faits qu'elle veut et non une abondance de paroles.

Vous vous rappellerez les trois facteurs d'une vente — le vendeur, les marchandises et le client. Quant aux marchandises, le sujet qui nous aidera le plus est la loi logique de commerce, dans ses deux branches, l'analyse et la synthèse. Premièrement comment analyser votre proposition en points de vente et ensuite comment en construire une présentation logique. Lorsque vous analysez votre proposition, il y a des points qui soulèvent l'intérêt, il y a des points qui créent le désir et il y en a d'autres qui poussent à l'action.

Afin d'obtenir le succès des démarches faites pour vendre, il faut les cimenter ensemble avec la "confiance". Vous vous rappellerez que je vous ai dit que le vendeur doit avoir confiance dans sa propre proposition. C'est de

la confiance. La confiance pénètre chaque étape de la transaction. Vous n'avez jamais rien acheté à moins que vous n'ayez eu confiance dans le vendeur, ou dans la réputation de la maison ou des marchandises.

La confiance n'obtient que les affaires. Elle ne les garde pas. Alors nous devons construire les piliers de support et ces piliers sont la "satisfaction." La confiance obtient les affaires et la satisfaction les garde. Maintenant, afin de faire tenir cette vente vraiment bien, nous avons besoin d'un fondement et ce fondement est le cœur de l'institution dont nous parlions il y a quelques minutes. C'est le service de l'article et de la maison qui l'appuie.

La fondation d'une vente consiste dans le service qui est donné en qualité, plus la quantité, plus le mode de direction. La sous-fondation est l'ensemble de tous les individus de l'institution. Montrez-moi une institution où tout le monde, depuis le portier au président, rend service, accomplissant toute sa tâche en servant le public, et je vous montrerai comment vos ventes se maintiendront et où la satisfaction doit être le résultat. Alors, lorsque la satisfaction est donnée, la confiance est maintenue et l'esprit de ce particulier est fixé sur le point d'achat de votre proposition en tous temps.

Revenons au verre d'eau, dont je me suis servi pour montrer l'esprit de l'acheteur. Si vous voulez fixer l'esprit du client à toute proposition compétitive, ne puisse le dégager, alors remplissez-le d'une appréciation de vos services et scellez-le solidement avec la satisfaction. La satisfaction est le sceau qui garde fermé l'esprit du client à toute proposition compétitive.

Consciencieusement ou non, cette loi de vente opère dans toute transaction heureuse. Voyons comment le journaliste s'en sert.

L'annonce est l'art de vendre par la voie de l'impression. Les titres en gros caractères et les illustrations sont destinés à attirer l'attention du lecteur; les sous-titres soulèvent l'intérêt en disant un peu plus de l'histoire.

La différence entre l'art de vendre parlé et l'art de vendre écrit consiste en ce que, dans la plupart des cas, tout ce que l'annonce peut faire c'est d'attirer l'attention, de soulever de l'intérêt et de créer un certain désir plus ou moins grand. Mais la part de l'action doit attendre que le client soit en présence des marchandises, ou qu'il ait eu contact avec le vendeur avant d'en venir à une décision finale.

De sorte que, en terminant, laissez-moi vous dire qu'un homme n'a besoin que de savoir trois choses et de n'en faire qu'une afin de réussir dans ses ventes.

Premièrement, il doit se connaître lui-même et il doit développer les qualités et les capacités qui serviront à lui donner la puissance de convaincre.

Deuxièmement, il doit connaître son commerce, depuis le matériel brut au produit fini. Il doit être capable de discerner quels sont les points saillants de vente et

qui sont les plus propres à créer les quatre étapes mentales que l'esprit doit franchir.

Troisièmement, il doit connaître la nature humaine. Dans l'art de vendre personnellement, il doit mesurer son client, et doit pouvoir déterminer instantanément quelles sont les avenues qui offriront le moins de résistance pour faire passer ses idées.

Mais un homme peut bien se connaître, connaître aussi le client et échouer à moins qu'il ne fasse usage des connaissances appliquées. Ce sont les connaissances appliquées qui forment la puissance.

---

## NOUVELLE ORGANISATION DE VENTE DE LA BLUEBIRD CORPORATION LTD.

Nous avons le plaisir d'annoncer que la Compagnie Appliances Limited, 208 Rue King ouest, Toronto, a été nommé agent de vente exclusif de la machine à laver électrique BlueBird "Colonial Maid" pour l'Empire Britannique.

La direction générale de "Appliances Limited" sera sous le contrôle direct de M. F. E. Hazard, autrefois gérant des ventes de la "BlueBird Corporation Limited", fabricant de la machine à laver électrique BlueBird "Colonial Maid" et toutes les affaires autrefois contrôlées par la BlueBird Corporation, Division des ventes, seront traitées par Appliances Limited. Le bureau de Winnipeg de Appliances Limited, 304 Edifice Montreal Trust, reste sous la direction de M. R. J. Dinwoodey, autrefois assistant gérant des ventes de la BlueBird Corporation Limited.

Appliances Limited, va non seulement continuer les anciennes méthodes de vente et de publicité de la BlueBird Corporation, mais encore elle va les augmenter considérablement par un contact plus direct avec le courtier et le détaillant.

La méthode générale de vente de Appliances Limited, va s'occuper d'établir immédiatement un service de courtage et d'entrepôts dans tout le Dominion plaçant ainsi les détaillants déjà établis de BlueBird dans une position beaucoup plus favorable qu'auparavant.

L'assistance qui sera donnée au courtier comprendra une aide directe par des vendeurs expérimentés, et le travail de la revente au détail sera conduit par une équipe d'hommes entraînés à éduquer et à assister le détaillant—toutes informations à ce sujet seront fournies sur demande faite à Appliances Limited, 208 Rue King ouest, Toronto, ou au bureau de Winnipeg, 304 Edifice Montreal Trust.

Avec cette machine à laver électrique de fabrication entièrement canadienne, avec la méthode d'assistance de vente et de publicité, ainsi que le système tout prêt de "paiement différé" pour le détaillant, la licence BlueBird devient l'acquisition la plus appréciable pour le détaillant ou le courtier qui la possède.

## QUELQUES OPINIONS DE LA PRESSE COMMERCIALE FRANÇAISE

### La fin de la crise?

De *l'Exportateur français*: Edm. Cavillon.

La reprise des affaires, qui est inévitable, pourra surprendre d'autant plus les partisans de la vague de baisse et de la crise qui en est résultée, que la production industrielle s'est considérablement ralentie, en un moment où elle aurait dû être accélérée.

On a exagéré, au point de vue de l'abstention des achats.

Pourvu que les producteurs n'exagèrent pas, eux aussi, par représailles, le jour où l'acheteur, cessant la grève, reviendra chez ses fournisseurs pour y acheter les choses dont il ne peut pas se passer plus longtemps!

Ce serait fâcheux! mais il est inadmissible que cette crise puisse durer, car il est impossible que tant de braves gens, travailleurs, voulant travailler, puissent souffrir plus longtemps en consentant à travailler à perte! Cela peut durer un moment, mais pas toujours. Souhaitons que ce soit le moins longtemps possible!

### La reprise des affaires dans le monde de l'automobile

De *l'Exportateur français*: Ch. Faroux.

La situation de notre industrie ne s'améliore que bien lentement. Toutefois, le pessimisme qui était de rigueur en novembre-décembre ne serait plus de saison, et sans qu'il y ait lieu encore de convoquer les violons, il est permis d'affirmer que l'horizon se débrouille peu à peu.

Il y a des besoins, cela est certain, et il y a également de l'argent. Nous vivons dans un moment où personne n'accepte de s'immobiliser — j'entends au point de vue financier — mais deux éléments entrent en ligne de compte qui vont favoriser la reprise des affaires.

C'est, d'une part, l'approche du printemps et des beaux jours et c'est, d'autre part, l'assurance où le public est maintenant qu'il ne saurait être question de baisse accentuée.

Quel que soit l'élément qu'on considère dans le prix revient d'une voiture, qu'il s'agisse de matière première, de main-d'œuvre, de frais généraux, de taxes... on n'en trouve aucun qui n'ait au moins triplé ou quadruplé: certains ont quasi-décuplé. Et cependant, la valeur nominale de nos voitures n'a même pas triplé. C'est dire qu'à la vérité, de tous les produits usinés, la voiture automobile est celle qui a subi la moindre augmentation, comparativement aux tarifs d'avant-guerre.

De tout cela, le public intelligent se rend compte et se prend.

Un seul point noir demeure: c'est le prix du carburant. Là, il y aurait beaucoup à faire, tout à faire.

A nos législateurs d'y songer.

## La crise commerciale

De *l'Exportateur français*: Edmond Cavillon.

Le commerçant, même très prudent, l'industriel avisé, est bien obligé d'avoir des disponibilités trois fois, six fois, dix fois même plus importantes que celles qui lui suffisaient avant la guerre.

Je prends deux exemples:

Voici un négociant en métaux. Le prix de base du fer, me rappelait-on hier, était descendu à 12 ou 14 francs, en forges avant la guerre. Or, il faut encore compter une centaine de francs aujourd'hui! et certains en ont en stock qui a été payé par eux 150 francs. Voyez les disponibilités dont a besoin un négociant en métaux pour assurer l'assortiment nécessaire à sa clientèle de constructeurs.

Voici un tisseur de toiles, qui, avant la guerre, payait son lin no 30 à raison de 40 ou 45 francs le paquet. Aujourd'hui, ce même paquet de fil vaut 450 à 500 francs. Il a valu presque le double il y a quelques mois. Il est évident que le capital nécessaire pour acheter le fil indispensable à sa fabrication est dix fois plus important qu'avant guerre, et cela pour assurer une production simplement équivalente en quantité.

Ce raisonnement s'applique à bien d'autres professions.

### Ne taxons pas les hôtes de Paris

A propos du projet de classement de Paris comme ville touristique, M. Victor Duhamel, président du Syndicat de l'Industrie hôtelière de Paris, adresse à M. De Corbellier, président du Conseil municipal, une lettre que reproduit *l'Exportateur français*:

"Il ne peut être fait de comparaison entre Paris et les centres de délassement que représentent les stations climatiques ou thermales ou les villes d'eaux, et l'on ne sait vraiment à quel titre on réclamerait aux visiteurs de Paris la taxe de séjour. En outre, Paris n'est pas autorisé à offrir à ses hôtes la totalité des agréments qu'ils trouvent dans les villes d'eaux.

"Nos hôtels reçoivent les mêmes clients, plusieurs fois dans la même année. Cette clientèle, composée de Français et d'étrangers, laisse au commerce local, d'une façon générale, une somme dix fois plus importante que ses dépenses d'hôtels.

"Déjà nous sommes les seuls commerçants imposés à 3% sur le chiffre d'affaires. Si nos clients voient que nous leur réclamons une taxe de séjour que rien ne justifie, ils concluront que notre capitale n'est pas une ville où ils peuvent s'arrêter librement, et il en résultera une pénurie de voyageurs telle que l'avenir de l'Hôtellerie Parisienne serait en danger.

"Nous croyons qu'il est possible de ne pas porter à notre Paris ce coup néfaste pour son commerce et sa prospérité.

## Le Marché de l'Alimentation

Mercredi, 2 Mars 1921.

Le marché revient lentement à une base de stabilisation, mais il y a encore une certaine irrégularité dans les prix, spécialement dans le gros.

Les fabricants relatent un meilleur mouvement, non pas que le volume ait beaucoup augmenté, mais on constate une amélioration soutenue. Les détaillants achètent plus fréquemment mais en petites quantités, ce qui indiquerait que les marchandises qui s'écoulent vont à la consommation.

Les fèves et les céréales sont en bonne demande à des prix soutenus. Les céréales en paquets sont assez fermes bien que quelques marques de cornmeal et de farine à crêpe montrent une légère diminution.

Le café a un ton décidément ferme et le stock disponible est considéré comme le plus faible qu'on ait enregistré. Le thé continue à être ferme avec une forte demande pour les meilleures qualités. Les prix continuent à monter sur les marchés d'origine mais il n'y a eu jusqu'à présent que peu de changement dans les cours sur place.

Le sirop d'érable se vend bien et le prix de quelques marques a été réduit.

La demande pour le miel est bonne et les prix se maintiennent assez fermes. Le stock disponible de noix écalées est très faible avec une forte demande. Les marchés d'origine sont soutenus et plus chers. Cette situation s'applique également aux amandes et aux pékans. Le riz du Sud a encore diminué et le prix est actuellement un peu inférieur à celui de 1914. Le prix des pommes de terre continue également à atteindre un niveau plus bas.

Le marché du porc vivant est faible et incertain. Les oeufs montrent une tendance légèrement plus ferme, tandis que le beurre semble un peu plus facile. Le fromage est ferme et les arrivages sont très limités. Il y a un bon mouvement pour les oranges et les pamplemousses.

Les conserves de tomates 2½<sup>s</sup>. sont en hausse de 15 cents la douzaine et valent maintenant de \$1.60 à \$1.65 la douzaine.

### MARCHE INCERTAIN POUR LES VIANDES FRAICHES

Vianes fraîches — Le porc vivant a diminué de \$1.00 cette semaine. Cependant le marché reste incertain par suite de la grève qui vient de se déclarer chez les commis-bouchers.

Cotations fournies par la maison  
NOE BOURASSA, LIMITEE,  
en date du 1er mars 1921.

Porcs vivants . . . . . 15.00

#### Porcs préparés—

Tués aux abattoirs,  
choisi . . . . . 23.00 23.50

#### Porc frais—

Gigot de porc (trimé) . . . . .	0.33
Longes (trimées) . . . . .	0.34
Longes (non trimées) . . . . .	0.32
Epaules (trimées) . . . . .	0.24
Saucisse de porc (pure) . . . . .	0.23
Saucisse de Boeuf . . . . .	0.13

#### (Steers et Heifers):

#### Boeuf frais—

Quartiers derrière . . . . .	0.23	0.24
Quartiers devant . . . . .	0.14	0.15
Longes . . . . .	0.30	0.32
Côtes . . . . .	0.21	0.23
Chucks haut coté . . . . .	0.12	0.14
Hanches . . . . .	0.19	0.20

#### (Vaches)—

Quartier derrière . . . . .	0.21	0.23
-----------------------------	------	------

Quartiers devant . . . . .	0.13	0.14
Longes . . . . .	0.28	0.30
Côtes . . . . .	0.19	0.21
Chucks . . . . .	0.11	0.13
Hanches . . . . .	0.18	0.19
Veaux (suivant qualité) . . . . .	0.15	0.25
Agneaux 35-50 lbs (entiers), la lb. . . . .	0.25	0.26
Mouton, 50-75 lbs. No 1 . . . . .	0.14	0.17

### LEGERE DIMINUTION DU JAMBON CUIT

Vianes cuites — Marché assez soutenu pour les viandes cuites cette semaine. On signale cependant une légère diminution du jambon cuit et du Bologne.

Cotations fournies par la Compagnie  
Canadienne SWIFT, Limitée,  
en date du 1er mars 1921.

Langue de porc en gelée . . . . .	0.47
Boeuf pressé en gelée, la lb. . . . .	0.26
Jambon et langue, la lb. . . . .	0.43
Veau et langue . . . . .	0.35
Epaules, rôties . . . . .	0.60
Jambons cuits . . . . .	0.54
Epaules, bouillies . . . . .	0.43
Pâtés de porc (doux) . . . . .	0.80
Boudin, la lb. . . . .	0.12
Mince fneat, la lb . . . . .	0.18 0.19
Saucisse de porc, pure . . . . .	0.30
Bologne, la lb . . . . .	0.14 0.23

### LES VIANDES EN BARILS SONT STABLES

Vianes en barils — Les viandes en barils restent stables cette semaine et il n'y a aucun changement de prix à signaler.

Cotations fournies par la Compagnie  
Canadienne SWIFT, Limitée,  
en date du 1er mars 1921.

Porc en baril—	
Canadian short cut (brl)	
morceaux de 26.35 . . . . .	52.00
Dos clear fat (brl) mor-	
ceaux de 40-50 . . . . .	49.00
Porc heavy mess (brl) . . . . .	43.00
Boeuf plate . . . . .	26.00
Boeuf mess . . . . .	23.00
Porc engraisé aux pois . . . . .	48.00
Lard gras, épaule . . . . .	49.00

### MARCHE FERME POUR LE JAMBON

Vianes fumées—Marché ferme cette semaine pour le jambon dont les prix restent sans changement.



Cotations fournies par la maison  
GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE,  
en date du 1er mars 1921.

**Jambons fumés Maple Leaf**

	8/12	0.42
Jambons fumés, marque		
Gunns, . . . . .	8/12	0.40
	12/16	0.39
	16/20	0.38
	20/25	0.34
	25/30	0.32
	30/35 et plus	0.30

Bacon :

Déjeuner Maple Leaf . . . . .	0.52
Déjeuner, Marque Gunns . . . . .	0.43
Jambons Cottage . . . . .	0.36
— Picnic . . . . .	0.24
— bouillis . . . . .	0.55
— rôtis . . . . .	0.59
— Sandwich . . . . .	0.60

**LE SHORTENING EST CALME**

Shortening — Marché calme pour le shortening cette semaine. Aucune variation de prix à signaler.

Cotations fournies par la maison  
GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE,  
en date du 1er mars 1921.

Shortening Easifirst :

Tierces . . . . .	400 lbs	0.15
Tinettes . . . . .	60	— 0.15½
Seaux . . . . .	20	— 0.16
Seaux . . . . .	10	— 0.16½
Seaux . . . . .	5	— 0.16½
Seaux . . . . .	3	— 0.17
Blocs . . . . .		0.17

Shortening Picrus :

Tierces . . . . .	400	— 0.17
Tinettes . . . . .	60	— 0.17½
Seaux . . . . .	20	— 0.18

**LE SAINDOUX CONTINUE A DIMINUER**

Saindoux — Marché toujours faible pour le saindoux qui a encore baissé d'une cent par livre cette semaine.

Cotations fournies par la maison  
GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE,  
en date du 1er mars 1921.

Saindoux Maple Leaf :

Tierces . . . . .	400 lbs	0.20
Tinettes . . . . .	60	— 0.20½
Seaux . . . . .	20	— 0.21
Seaux . . . . .	10	— 0.21½
Seaux . . . . .	5	— 0.21½
Seaux . . . . .	3	— 0.22
Blocs . . . . .		0.22½

**LES OEUFs RESTENT STABLES**

Oeufs — Les oeufs restent stables au prix coté la semaine dernière. Les

oeufs d'entrepôt semblent avoir disparu du marché.

Cotations fournies par la maison  
GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE,  
en date du 1er mars 1921.

Frais pondus . . . . . 0.48 0.50

**LA MARGARINE SE MAINTIENT AUX COURS PRECEDENTS**

Margarine — Aucun changement de prix à signaler cette semaine pour la margarine.

Cotations fournies par la maison  
GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE,  
en date du 1er mars 1921.

Tip Top, blocs . . . . .	0.32
— Tinettes . . . . .	0.31
National, blocs . . . . .	0.30
— tinettes . . . . .	0.29
Humber, blocs . . . . .	0.26
— tinettes . . . . .	0.25

en date du 22 février 1921.

**LEGERE BAISSÉ DU BEURRE**

Beurre — Marché calme pour le beurre. On signale une légère diminution de 1 cent sur les différentes qualités.

Beurre crèmerie No 1 . . . . .	0.55
Beurre crèmerie, bloc 1 lb. . . . .	0.56
Beurre crèmerie No 2. . . . .	0.54
Laiterie. . . . .	0.47

**LE FROMAGE EST SOUTENU**

Fromage — Marché soutenu pour le fromage qui semble plutôt montrer une légère tendance à la hausse.

Double, la lb. . . . .	0.32
Triple, la lb. . . . .	0.29
Stilton, la lb. . . . .	0.36
Fantaisie vieux fromage, la lb. . . . .	0.35
Doux . . . . .	0.32

**LA VOLAILLE EST FERME**

Volaille — Le marché de la volaille est ferme cette semaine. Aucun changement de prix à signaler.

Cotations fournies par la maison  
WALTER DEERY & CO.,  
en date du 1er mars 1921.

Poule. . . . .	0.32	0.38
Poulet . . . . .	0.38	0.45
Dindes. . . . .	....	0.58
Dindons. . . . .	....	0.60
Oies. . . . .	....	0.38
Canards domestiques . . . . .	....	0.42
Canards du lac Brôme . . . . .	....	0.46
Chapons . . . . .	....	0.50

**MARCHE CALME POUR LE POISSON**

Poisson — Marché calme pour le poisson. On signale cependant une légère diminution du Haddock, du Homard, du Haddie et de la Morue.

Cotations fournies par la maison  
D. HATTON COMPANY,  
en date du 1er mars 1921.

**Poisson frais**

Haddock . . . . .	0.07	0.08
Morue, pour le marché . . . . .	0.07	0.08
Crevettes. . . . .	....	0.40
Homards vivants. . . . .	....	0.60
Poisson blanc. . . . .	....	0.25
Flétan. . . . .	....	0.30
Brochet . . . . .	....	0.16
Carpe . . . . .	....	0.20
Perchaude . . . . .	....	0.15
Doré. . . . .	....	0.24
Truite . . . . .	0.22	0.25

**Poisson fumé**

Haddies, BXs, X la lb. . . . .	0.11
Filets . . . . .	0.17
Bloaters, la boîte 50 . . . . .	3.00
Kippers, la boîte 50. . . . .	2.50
Hareng fumé sans arêtes . . . . .	0.20
Hareng saurs, la boîte . . . . .	0.24

**Poisson gelé**

Gaspereaux, la lb. . . . .	0.06½	0.07
Harengs . . . . .	0.06	0.07
Flétan, gros et petit . . . . .	0.19	0.20
Flétan, de l'Ouest, moyen . . . . .	0.21	0.22
Haddock. . . . .	0.07½	0.08
Maquereau . . . . .	0.16	0.17
Doré . . . . .	0.12	0.13
Morue en tranches. . . . .	0.08½	0.09
Saumon de Gaspé, la lb. . . . .	0.29	0.30
Saumon Colombie, rouge. . . . .	0.22	0.23
Saumon, Colombie, pâle . . . . .	0.12	0.13

**Morue—**

Morue, grosse, brl, 200 lbs . . . . .	15.00
Morue, No 1, medium, brl de 200 lbs. . . . .	14.00
Morue No 2, brl de 30 lbs . . . . .	12.00
Pollock No 1, brl de 200 lbs. . . . .	12.00
Morue, sans arêtes, (boîtes de 30 lbs), la lb. . . . .	0.20
Morue, sans arêtes, (cartons de 24 lbs), la lb. . . . .	0.18
Morue (Ivory), morceaux de 2 lbs, boîtes de 20 lbs. . . . .	0.15
Morue, sans arêtes (2 lbs). . . . .	0.20
Morue, en filaments (boîtes de 12 lbs). . . . .	2.40 2.50
Morue séchée, ballots de 100 lbs . . . . .	12.00
Harengs Labrador No 1 Brls . . . . .	12.00
Harengs Labrador No 1, ½ brls . . . . .	6.50
Saumon Labrador No 1 tierces . . . . .	37.00
Maquereau No 1, brls. . . . .	25.00
Saumon Labrador No 1 brls. . . . .	26.00
Truite de mer . . . . .	21.00

**LA FARINE SANS CHANGEMENT**

Farine — La farine reste stable aux cours de la semaine dernière et il n'y a aucun changement à signaler.

Nous. cotons:	
Farines de blé—	
Chars straight ou mixtes, 50,000 lbs, sur la voie, le ba- ril, en (2) sacs de jute, 98 lbs . . . . .	10.20
En (2) sacs de coton, 98 lbs.	10.40
Petits lots, le baril (2) sacs de jute, 98 lbs. . . . .	10.20
Farine de blé d'hiver (baril). 2 sacs jute . . . . .	9.70
1ère Patente, par (2) sacs de jute, 98 lbs, ex entrepôts. . .	10.70

## L'AVOINE PLUS SOUTENUE

Foin et grains—Marché assez ferme pour le foin et les grains. L'avoine a regagné sa récente avance qu'elle avait perdue la semaine dernière.

Cotations fournies par la maison  
**QUINTAL & LYNCH,**  
en date du 1er mars 1921.

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

Foin:	
Bon, No 1, tonne de 2,000 lbs. ....	
Bon, No 2. . . . .	24.00 25.00
Bon, No 3. . . . .	22.00 23.00
Paille . . . . .	14.00

Avoine:	
No 2 C.W. (34 lbs) . . . . .	0.69
No 3 C.W. . . . .	0.65
Extra Feed . . . . .	0.65
No 1 Feed . . . . .	....
No 2 Feed . . . . .	0.61

Orge:	
No 2 C.W. . . . .	1.13
No 4 C.W. . . . .	0.98
Feed . . . . .	0.88
Blé-d'Inde No 2 jaune . . . . .	0.85
(Fonds américains)	
Blé-d'Inde No 3 jaune . . . . .	0.84
(Fonds américains)	

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

## LA MELASSE EST CALME

Mélasses—La mélasse est calme cette semaine pour la mélasse et les sirops qui se maintiennent aux prix précédents.

Cotations fournies par la  
**CANADA STARCH CO.,**  
en date du 1er mars 1921.

Sirop de blé-d'Inde:—	
Barils environ 700 livres . . . . .	0.07
½ barils. . . . .	0.07½
¼ barils . . . . .	0.07½
Boîtes de 2 livres, caisse 3 doz., la caisse . . . . .	5.00
Boîtes de 5 livres, caisse 1 doz., la caisse . . . . .	5.65
Boîtes de 10 livres, caisse ½ doz. la caisse . . . . .	5.35
2 galls, seau 25 lbs., chaque . . .	2.35

3 galls, seau 38½ lbs. chaque	3.45
5 galls, seau 65 lbs., chaque . . .	5.50

Sirop de blé-d'Inde blanc:	
Boîtes de 2 livres, 2 doz. à la caisse . . . . .	5.60
Boîtes de 5 livres, 1 doz. à la caisse, la caisse . . . . .	6.25
Boîtes de 10 livres, caisse ½ la caisse . . . . .	5.95

LASSIES:—	
Wagons . . . . .	0.06½
Barils . . . . .	0.06½
½ barils . . . . .	0.07
¼ barils . . . . .	0.07½

Sirop de canne (crystal Diamond):	
Boîtes de 2 livres, 2 doz. à la caisse. . . . .	8.50
Barils, les 100 livres. . . . .	12.25
½ barils, les 100 livres. . . . .	12.50

Mélasses des Barbades:—	
Prix pour l'Île de Montréal.	
Tonnes . . . . .	1.40
Barils . . . . .	1.43
Demi-barils . . . . .	1.45
Mélasse Fancy . . . . .	0.95

## LE SUCRE SANS CHANGEMENT

Sucre—Le sucre se maintient ferme sans changement dans les prix cotés la semaine dernière.

Atlantic, extra granulé . . . . .	10.50
Acadia, extra granulé . . . . .	10.25
St. Lawrence, extra granulé . . . . .	10.50
Canada, extra granulé . . . . .	10.50
Glacé, barils . . . . .	10.70
et autres en proportion.	
Glacé, (boîtes de 25 lbs) . . . . .	11.00
Glacé, (boîtes de 50 lbs) . . . . .	11.90
Jaune No 1 . . . . .	10.10
Jaune, No 2 ou . . . . .	10.00
Jaune No 2 . . . . .	10.00
Jaune No 4 . . . . .	9.95
En poudre, barils . . . . .	10.60
En poudre, 50s . . . . .	10.80
En poudre, 25s . . . . .	11.00
Cubes et dés, 100 lbs . . . . .	11.20
Cubes, boîtes de 50 lbs . . . . .	11.30
Cubes, boîtes de 25 lbs . . . . .	12.00
Cubes, paquets de 2 lbs. . . . .	13.00
En morceau Paris, barils . . . . .	11.10
En morceau, 100 lbs . . . . .	11.10
En morceau, boîtes de 50 lbs. . . . .	11.20
En morceau, boîtes de 25 lbs. . . . .	11.50
En morceau, boîtes de 5 lbs. . . . .	11.25
En morceau, boîtes de 2 lbs. . . . .	13.00
En morceau, boîtes de 25 lbs. . . . .	11.50
Crystal diamond, barils . . . . .	11.10
" " boîtes, 100 lbs. . . . .	11.20
" " boîtes, 50 lbs . . . . .	11.30
" " boîtes, 25 lbs . . . . .	11.80
" " caisses de 20 cartons . . . . .	12.25

## LES CONSERVES RESTENT FERMES

Conserves — Le marché des conserves reste ferme cette semaine sans aucune variation de prix.

## CONSERVES DE LEGUMES—

Asperges (américaines ver- tes), doz. 2½s. . . . .	4.50 4.55
---	-----------

Fèves, Golden Wax . . . . .	2.15 2.20
Asperges importées, 2½s. . . . .	5.50 5.55
Fèves, Refuges . . . . .	2.15 2.20
Blé-d'Inde (2s) . . . . .	1.50 1.52½
Betteraves, 2 lbs. . . . .	.... 1.35
Carottes (tranchées) 2s. . . . .	1.45 1.75
Blé-d'Inde (en épis) gal. . . . .	7.00 7.50
Epinards, 3s. . . . .	2.55 2.90
Epinards, Can. (2s) . . . . .	.... 1.50
Epinards Californie, 2s. . . . .	3.15 3.50
Tomates, 1s. . . . .	.... ....
Tomates, 2s . . . . .	.... 1.25
Tomates, 2½s. . . . .	1.60 1.65
Tomates, 3s . . . . .	.... ....
Tomates, gallons . . . . .	6.50 7.00
Citrouille, 2½s. (doz.).. . . .	1.50 1.55
Citrouille, gallon (doz.) . . . . .	.... 4.00
Pois, standards. . . . .	1.85 1.90
Pois, early June . . . . .	2.05 2.10
Pois, très fins, 20 oz. . . . .	.... 2.25
Pois, 2s., 20 oz. . . . .	.... 2.10

## Pois importés—

Fins, caisse de 100, la caisse. . . . .	.... 27.50
Extra fins. . . . .	.... 30.00
No 1. L . . . . .	.... 28.00

## CONSERVES DE FRUITS

Pommes, 2½s. doz. . . . .	1.90 2.00
Pommes, gall., doz. . . . .	5.25 5.75
Blueberries, 2s . . . . .	.... 2.25
Groseilles, noires, 2s doz. . . . .	4.00 4.05
Cerises, rouges, sans noyau, sirop épais, la doz. . . . .	4.80 5.15

LES LEGUMES SANS CHANGE-  
MENT

Légumes — Marché calme pour les légumes pour lesquels on ne constate aucune variation dans les prix.

Cotations fournies par la maison  
**CHARBONNEAU & FRERES,**  
en date du 1er mars 1921.

Betteraves nouvelles, sac (Montréal) . . . . .	1.00 1.25
Chou-fleur canadien, doz. dou- ble caisse . . . . .	3.75 4.00
Chou (Montréal) baril . . . . .	1.00
Carottes (sac) . . . . .	1.00
Ail, lb . . . . .	0.20
Laitue, Canada, doz. . . . .	2.00
Poireaux, doz. . . . .	0.40 0.50
Oignons rouges, 75 lbs . . . . .	1.50
Oignons espagnols, caisse . . . . .	5.50
Persil (canadien) . . . . .	1.00
Panais, sac . . . . .	1.50
Pommes de terre Montréal . . . . .	
sac de 80 lbs . . . . .	1.25
Pommes de terre sucrées, manne . . . . .	3.50
Navets, (Québec) sac . . . . .	1.25
Navets (Montréal) . . . . .	0.75
Cresson (doz.) . . . . .	
Atacas . . . . .	23.00
Céleri Californie . . . . .	2.00
Tomates Floride, caisse. . . . .	10.00

## MALCHE CALME POUR LES EPICES

Epices — Le marché des épices est calme cette semaine et on signale une légère diminution du clou et du gingembre.

Cotations fournies par la maison  
J. J. DUFFY & CIE,  
en date du 1er mars 1921.

Allspice . . . . .	0.20	
Cassia . . . . .	0.38	0.35
<b>Cannelle—</b>		
Rouleurs . . . . .	0.35	
Pure moulue . . . . .	0.35	0.40
Clous . . . . .	0.50	0.55
Crème de tartre (fran- çaise pure) . . . . .	0.65	0.70
(Chicorée canadienne . . . . .	0.25	
Américaine (high test) . . . . .	0.75	0.80
Gingembre Jamaïque . . . . .	0.35	
Gingembre (Cochin ou Ja- pon) . . . . .	0.30	
Macis . . . . .	0.60	0.70
Épices mélangées . . . . .	0.30	0.32
Muscade, entières . . . . .	0.35	0.38
Muscade, moulue . . . . .	0.35	0.40
Poivre noir . . . . .	0.30	0.35
Poivre blanc . . . . .	0.35	0.40
Poivre (Cayenne) . . . . .	0.35	0.37
Épices à marinades . . . . .	0.26	0.28
Paprika . . . . .	0.60	
Turmeric . . . . .	0.25	0.30
Acide tartrique, la lb. (en cristaux ou en poudre) . . . . .	0.90	1.00
Graine de cardemome, la lb., en vrac . . . . .	1.50	
Carvi (carraway) holl no- minal . . . . .	0.25	0.30
Cannelle, Chine, la lb. . . . .	0.30	
Cannelle, la lb, moulue . . . . .	0.30	0.35
Graine de moutarde, en vrac . . . . .	0.35	0.40
Graine de céleri, en vrac (nominal) . . . . .	0.65	
Clous ronds, entiers, (Pimento) . . . . .	0.18	0.20

**LE MARCHÉ DU CAFE S'AFFERMIT**

Café — Le marché du café s'affermit avec quelques légères augmentations pour certaines qualités.

Cotations fournies par la maison  
KEARNEY BROS.,  
en date du 1er mars 1921.

<b>Café—</b>	<b>La livre</b>	
Rio . . . . .	0.24	0.29
Mexique . . . . .	0.42	0.46
Jamaïque . . . . .	0.29	0.34
Bogota . . . . .	0.42	0.48
Mocha . . . . .	0.50	0.52
Mocha (genre) . . . . .	0.48	0.50
Santos, Bourbon . . . . .	0.35	0.40

Santos No 1 . . . . .	0.31	0.34
Santos No 2 . . . . .	0.26	0.28
Maracaho . . . . .	0.38	0.43

Cotations fournies par la maison  
HART & TUCKWELL  
en date du 1er mars 1921.

<b>Pommes—</b>		
Baldwins . . . . .	0.00	0.00
Ben Davis . . . . .	7.00	7.50
Greenings . . . . .	6.50	7.00
Spies . . . . .	8.00	9.50
Pommes en caisses . . . . .	3.50	5.00
Pamplemousse Floride, 46, 54 et 64 . . . . .	5.25	7.00
Citrons de Californie . . . . .	0.00	5.50
Oranges de Californie . . . . .	5.25	6.25
Poires Californie (cse) . . . . .	5.50	0.00
Bananes . . . . .	6.50	7.00
Ananas . . . . .	0.00	11.00
Figues de Turquie, lb. . . . .	0.28	0.00
Dattes nouvelles, lb. . . . .	0.12	0.22

**LE THE EST PLUS SOUTENU**

Thé — Les marchés des thé de Ceylan et des Indes se sont considérablement affermis la semaine dernière. Il y a eu une augmentation de 4 à 6 cents par livre. Les thé de haute qualité sont en grande demande et sont chers. Les thé du Japon sont très fermes et les stocks des importateurs sont faibles, car les prix élevés de juillet dernier ont empêché les importateurs de placer des ordres. Le thé gunpowder pour lequel il y a peu de demande a diminué considérablement.

Cotations fournies par la maison  
KEARNEY BROS.,  
en date du 1er mars 1921.

Nous cotons:

<b>Thés Japon—(nouvelle récolte)</b>		
Choix . . . . .	0.48	0.52
Early Picking . . . . .	0.55	0.65
Meilleures variétés . . . . .	0.80	1.00

<b>Ceylan et Indes—</b>		
Pekeos . . . . .	0.35	0.40
Orange Pekeos brisé . . . . .	0.40	0.56
Oranges Pekeos . . . . .	0.38	0.60

<b>Gunpowder Tea—</b>		
Imperial . . . . .	0.45	0.55
Pinhead . . . . .	0.50	0.65
Pea leaf . . . . .	0.35	0.45

Les qualités inférieures de thé brisés peuvent être obtenues des marchands de gros sur demande à des prix raisonnables.

**LES FRUITS SONT MOINS SOUTENUS**

Fruits — Marché un peu moins soutenu pour les fruits pour lesquels on constate une légère tendance à la baisse.

**LES FRUITS SECS SONT TRANQUILLES**

Fruits secs — Marché tranquille pour les fruits secs cette semaine. Le seul changement à signaler est une diminution sur les pruneaux, les abricots et les pêches.

Nous cotons:

Abricots, fancy . . . . .	0.40
Abricots de choix . . . . .	0.36
Abricots, slabs . . . . .	0.29
Pommes (évaporées) . . . . .	0.12 1/2
Pêches (fancy) . . . . .	0.25
Poires de choix . . . . .	0.22

**Pelures séchées:**

De choix . . . . .	0.26
Ex. fancy . . . . .	0.30
Limon . . . . .	0.45
Citron . . . . .	0.68
Pelures (mélangées et tranchées) doz. . . . .	3.25

**Raisin:**

En vrac, Valence, boîtes de 25 lbs., la lb. . . . .	0.23
Muscatsels 2 couronnes . . . . .	0.22 1/2
" 1 couronne . . . . .	0.00
" 3 couronnes . . . . .	0.23
" 4 couronnes . . . . .	0.27 1/2
Sans pepins de Calif., car- tons 16 onces. . . . .	0.28

**Stanway-Hutchins Limited**

**Thés**

**Importateurs Généraux**

**Cafés**

A. F. JONES & Co.

Colombo, Ceylan,

Thés et produits d'Orient.

AGENTS SPECIAUX POUR  
John DONALDSON & Co. Ltd.  
Londres, Angleterre.

Thés et Produits Etrangers.

REINACHS NEPHEW & Co.

Londres, Angleterre,

Thés et Cafés.

**Nous sollicitons les commandes d'importation**

Ainsi que vos demandes pour marchandises disponibles. Nous avons un vaste stock bien assorti que nous sommes prêts à vendre au cours du marché.

**18 RUE SAINT-ALEXIS**

**MONTREAL**



## Ferrermerie, Quincaillerie, Peintures, Vernis, Vitres, Etc.

Mercredi, 2 mars 1921.

Plusieurs changements de prix importants ont été faits cette semaine dans les articles de quincaillerie. Le prix de base du fil de fer brillant, recuit et huilé et recuit a été réduit et la liste des "extras" a été révisée. De nouveaux prix plus bas ont été publiés pour les différents genres de boulons et d'écrous. Le blanc de plomb à l'huile a été de nouveau diminué et le cours du mastic a également baissé.

Les autres changements de prix comprennent des réductions sur les semelles et talons de chaussures, harnais et parties de harnais, boulons de poêles, rondelles en fer, chaînes soudées à l'électricité, chaînes à vache et à licou, écrous à voitures, quelques huiles lubrifiantes et la graisse à godet et à essieu. Les liens pour balles et la broche à foin sont meilleur marché; le fil de fer pour tuyau de poêle a été réduit et on signale une nouvelle diminution de la corde à coton. Les tôles noires et galvanisées montrent quelques réductions, mais le tuyau de fer et le fer et l'acier en barres restent sans changement. Pour les métaux en lingots le marché continue à être calme avec les prix pratiquement semblables. Le plomb en saumon et le zinc sont plus faciles, tandis que l'étain continue à fluctuer. Sur les marchés d'origine de l'acier il n'y a guère de changement à signaler. Les basses cotations faites par quelques usines indépendantes des Etats-Unis n'ont pas réussi à augmenter les affaires d'une façon appréciable, d'après les rapports de Pittsburgh. Les affaires dans les lignes de printemps et d'été continuent à montrer de l'amélioration et les ordres en mains sont actuellement expédiés. Les fabricants et les marchands de gros sont très optimistes, et avec l'approche du printemps ils s'attendent à un retour à la demande normale dans toutes les lignes.

Les principales réductions de cette semaine sont les suivantes: Le blanc de plomb est baissé de \$2.00 et le mastic de \$1.00 les 100 lbs. L'arcanson diminue de \$1.75. L'escompte sur la vitre est porté de 33 1/3% à 50%. La base du fil de broche a encore baissé et est fixée aujourd'hui à \$5.00. La broche à foin a également diminué à nouveau de 50 cents. Le shellac est coté à \$4.50, soit une baisse d'environ \$2.50. L'escompte sur les boulons à poêles et à évier est porté de 57 1/2% à 62 1/2%. Il y a eu révision des prix des chaînes de charge et des chaînes soudées à l'électricité. Par suite de la réduction de prix du shellac, les manufacturiers étudient actuellement une révision complète de la liste des prix des peintures émaillées et des vernis.

Arcanson:  
100 lbs . . . . . 4.25

Balances :	Liste de Poinçonnage		
	prix		net extras
de comptoir	4 lbs	6.50	50
Champion	10 lbs	8.75	45
	240 lbs	13.75	75
	escompte 5%.		
à tablier	600 lbs	40.00	1.00
Champion	1,200 lbs	48.50	1.50
	2,000 lbs	65.00	1.50
avec levier	2,000 lbs	74.00	1.50
	escompte 10%, 5%.		

Autres balances 10% de la liste de Burrows, Stewart, Mille Co. Ltd.

Balais de paille:—  
4 cordes, 21 lbs, doz. . . . . 6.50  
5 — 23 lbs, doz. . . . . 7.00  
5 — 25 lbs, doz. . . . . 10.50  
5 — 27 lbs, doz. . . . . 11.00

Balais automatiques:—  
Champion Jap . . . . . Doz. 45.00  
Grand Rapid N-P. . . . . — 55.00  
Grand Rapid Jap . . . . . — 50.00  
Universal Jap . . . . . — 48.00  
Universal N.P. . . . . — 53.00

Princes N-P. . . . . — 57.00  
Parlor Queen . . . . . — 62.00  
American Queen . . . . . — 60.00  
Standard Jap . . . . . — 47.00

Balais aspirateurs:—  
Superba . . . . . Doz. 120.00  
Grand Rapids . . . . . — 106.00  
Household . . . . . — 94.00

Batteries (Piles):  
12 ou moins . . . . . 50.00  
12 à 50 . . . . . 46.95  
50 à 125 . . . . . 44.95  
125 ou plus . . . . . 40.95  
F.o.b. Montréal.  
F.o.b. Toronto 39.00.

Bêches (voir pelles).

Barattes à beurre:  
Favorite 0 1 2 3  
ou Daisy 14.40 14.40 16.00 17.60  
Ames . . 4.00 4.55 5.35 6.40

Borax en mottes . . . . . 11 1/2 lb.  
Beaver board, 1,000 pds carrés 48.50  
F.o.b. Montréal.

Bocaux à confitures:

Wine Crown et Gem: la grosse  
Petits . . . . . \$13.50  
Moyens . . . . . 15.00  
Grands . . . . . 20.50

Mesure Impériale,  
genre Crown seulement:

Petits . . . . . 15.50  
Moyens . . . . . 17.00  
Grands . . . . . 22.50

Perfect — Carrés :

Petits . . . . . 15.50  
Moyens . . . . . 17.00  
Grands . . . . . 22.00

Termes : Net comptant 30 jours du 1er juin.

Boulons :

à bandage . . . . . 50%  
à poêle . . . . . 62 1/2%  
d'évier . . . . . 62 1/2%  
d'élévateur . . . . . 10%  
de charrue . . . . . 25%  
à lisse . . . . . 10%  
de marchepieds . . . . . 10%  
de palonnier . . . . . 10%  
à timon . . . . . 10%  
à voiture 3/8" diam. et plus petits,  
6" et plus courts . . . . . 25%  
7/16" diam. et plus grands, 10%  
de mécanique, 3/8" diam. et plus petits,  
4" et plus courts . . . . . 40%  
les autres grandeurs . . . . . 15%

Bouteilles Thermos:

No 6 . . . . . la pièce \$4.75  
No 6 Q. . . . . — 6.50  
No. 11 . . . . . — 3.50  
No 11 Q. . . . . — 4.25  
No 14 1/2 . . . . . — 3.50  
No 14 . . . . . — 3.00  
No 14 Q. . . . . — 4.75

No 15½	—	3.75
No 15	—	4.35
No 15 Q	—	6.00
No 61 Q	—	1.50
No 61 Q.C.	—	3.75
No 54	—	3.50
No 556	—	11.00
No 168½	—	6.75
No 400	—	4.50
No 396	—	4.50

Les bouchons sont cotés:

No 83	—	\$1.75
No 79	—	2.75
No 80	—	3.75

Les prix ci-dessus sont les prix de liste et l'escompte est de 25% et 10%.

Broquettes :

65, 15% de la liste du 30 janvier 1920,

Broquettes et accessoires de cordonnier net liste, du 3 juin 1920.

Câble:

de manille, pur . . . . . 24½ base  
de manille, British . . . . . 20 base  
de chanvre . . . . . 18 base

Extras net pour câble, par 100 lbs.:  
¾, 50; 7/16, ½, 9/16, 1.00; ¾, 1.50; 1, 5/16, 2.00; 3/16, 2.50.

de coton, ¼, 45 lbs.  
3/16, 46 lbs.

Chaînes de charge:

soudée à l'électricité, ½, 22.30; ⅜, 18.50; ¼, 17.25; ⅙, 14.90; ⅓, 12.90; ⅙, 12.50; ½, 12.20; ⅝, 11.75; ¾, 11.25 les 100 lbs.

soudée à chaud, ¾, 15.20; ⅙, 13.15; ½, 12.75; ⅝, 12.00 les 100 lbs.

à chiens . . . . . liste plus 10%  
à licous . . . . . liste plus 10%  
à vaches . . . . . liste plus 40%

Chânettes:

en acier . . . . . liste plus 60%  
en laiton . . . . . liste plus 40%

Chaudrons en fonte:

8, 1.40; 9, 1.60; 10, 1.85; 11, 2.00; 12, 2.25; 13, 2.50; 14, 2.85; 15, 3.40; 16, 4.05.

Charnières en acier :

No. 800 . . . . . liste plus 7½  
— 802 . . . . . liste net.  
— 804 . . . . . liste moins 5%  
— 810 . . . . . liste plus 25%  
— 814 . . . . . liste plus 25%  
— 838 . . . . . liste net  
— 840 . . . . . liste net  
— 842 . . . . . liste plus 12½  
— 844 . . . . . liste plus 12½  
à ressort, . . . . . 2.50 doz. pra.

Clés (outils):

à écrou, régulières . . . . . 20%  
machiniste . . . . . 10%  
à tubes Stillson . . . . . 45%  
Trimo . . . . . 35%

Clous en broche, Base, \$5.00.

(Liste des extras à ajouter à la base des clous.)

	Ordinaires	à moulure	à finir	à boîte	à plancher	à river	à couverture
1	1.50	1.75	2.00	1.75	1.75	1.20	
1½	80	1.05	1.30	1.05	1.15	80	
1¾	75	1.00	1.25	1.00	1.15	75	
2	60	85	1.10	85	85	1.05	65
2¼	55	80	1.05	80	80	1.05	
2½	30	55	80	55	55	90	
2¾	30	55	80	55	55	90	
3	20	45	70	45	45	85	
3¼	15	40	65	40			
3½	10	35	60	35	35		
4	05	30	55	30	30		
4½	05			30			
5, 5½, 6, Base				25			

Clous à couverture américains, 10.00

Clous en broche galvanisée à couverture:

1x2, \$8.95; 1½x12, \$8.85; 1¼x11, \$8.70; 1½x11, \$8.55; 2x10, \$8.40; 2½ et plus long, \$8.40.

Coupés, Base . . . . . 5.80

Colle:

liquide Lepage . . . . . 33 1/3%  
en plaque, blanche . . . . . 37½ lb.  
— française . . . . . 40 —  
— commune . . . . . 20 —  
en poudre, Stick Fast, 1 lb., 2.00  
la douz.; 2 lbs., 3.85 la douz.;  
baril 250 lbs., 14.00 les 100 lbs.

Cordes:

à linge.  
en chanvre, 30 pieds, .95; 50 pieds, 1.60 doz.  
en manille, 50 pieds, 4.00 doz.  
en coton, 30 pieds, 2.00; 40 pieds, 2.50; 48 pieds, 3.00; 60 pieds, 3.75.  
métalliques, 50 pieds, 7.00 les 1,000 pieds; 100 pieds, 6.00 les 1,000 pieds.  
à châssis . . . . . 6, 0.59 la lb.  
7, 0.58 la lb.  
8 et plus gros, 0.57 la lb.

Crampons:

à clôture polls, 5.75 les 100 pds.  
— galvanisés, 6.75 les 100 lbs.  
à grillages, polls,  
boîte de 10 lbs., 10.40 les 100 lbs.  
à grillage, galvanisés.  
boîte de 10 lbs., 11.60 les 100 lbs.

Cuves:	0	1	3	3
en bois, doz	26.40	23.10	20.90	17.60
en fibre doz.	29.75	25.45	21.25	18.10
en tôle galvanisée, doz.	14.80	19.84	22.95	24.64

Escabeaux:

Ordinaires . . . . . 30c le pied  
Ontario . . . . . 40c —  
Faultless . . . . . 48c —

Ecrou :

ordinaire carré, liste plus \$2.00 les 100 lbs.  
à six pans, liste plus \$2.25 les 100 lbs.  
tarauté carré, liste plus 2.50 les 100 lbs.  
à six pans; liste plus 2.75 les 100 lbs.

Epingles à linge:  
ordinaires, 2.00 la bte de 5 grosses.  
à ressort, 1.00 la grosse.

Essoreuses:	Liste de prix
Warranty 11" . . . . . Doz.	115.00
Security 11" . . . . . —	105.00
Bicycle . . . . . —	105.00
Eze . . . . . —	102.00
Eureka . . . . . —	64.00
New Eureka . . . . . —	87.00
Royal Canadian . . . . . —	94.00
Rapid . . . . . —	92.00

Escompte 20%.

Etoupe goudronnée, 10.00 les 100 lbs.

Etrilles . . . . . 25%

Fer et acier:

ordinaire . . . . . Base 4.25 à 4.35  
acier à lisse . . . . . — 4.25 à 4.35  
acier à bandage . . . . . — 4.50 à 4.60  
acier à ressort . . . . . — 7.25 à 7.35

Fers à cheval:

	0-1	2 et plus grands
en fer léger . . . . .	8.50	8.25
— moyen . . . . .	8.50	8.25
en acier x4 . . . . .	8.95	8.70
à neige . . . . .	8.75	8.50

Ficelle

de coton, 3 plis:  
en boules . . . . . 43 la livre  
en cônes . . . . . 41 —

Fil en broche barbelé:

80 perches au rouleau.  
2x5 76 lbs 4.95 le rouleau  
4x6 85 lbs 5.30 le rouleau  
4x4 93 lbs 5.15 le rouleau  
à foïn . . . . . 13, 5.30 les 100 lbs.  
14, 5.40 les 100 lbs.  
15, 5.55 les 100 lbs.  
d'acier, Base . . . . . 5.00 les 100 lbs.

Fil en broche galvanisée:

3 à 8 . . . . .	6.80
9 . . . . .	5.95
10 . . . . .	6.90
11 . . . . .	6.95
12 . . . . .	6.10
13 . . . . .	6.20
14 . . . . .	7.45
15 . . . . .	8.05
16 . . . . .	6.15

Fonds de chaise en bois:

12 13 14 15 16 18 pouces,  
12 13 14 16 18 24c chaque.

Globes :

à fanaux . . . . . 1.80 doz.  
pour lampes,  
0 caisse de 6 doz., 9.90 la caisse  
1 caisse de 8 doz., 12.50 la caisse  
2 caisse de 6 doz., 10.60 la caisse

Grillage mécanique:

Rouleau de 50 verges.		
Mailles de 2" de diam.	Mailles de 1" de diam.	
Broche No. 19	Broche No. 20.	
12	1.80 le roul.	4.00 le roul.
18	2.65 —	5.50 —
24	3.40 —	7.00 —
30	4.00 —	8.50 —
36	4.75 —	10.00 —
42	5.50 —	12.00 —
48	6.20 —	14.00 —



**Rivets :**

de ferblantier . . . . .	37½%
à voiture . . . . .	37½%
en laiton . . . . .	27½%

**Rondelles :**

en laiton . . . . .	liste plus 10%
en fer . . . . .	40%

**Réservoirs à eau chaude :**

80 gallons, ordinaires . . . . .	18.00
80 gallons, extra forts . . . . .	16.50

**Tondeuses**

	liste
pour chevaux Stewart	de prix
No 1 . . . . .	14.00
No 2 . . . . .	18.00
pour moutons :	
No 8 . . . . .	18.00
No 9 . . . . .	22.00
	Moins 25%.

**Toile moustiquaire :**

100 pieds carrés . . . . .	8.50
----------------------------	------

**Toitures en rouleaux :**  
 Toiture "Amazon" extra lourde; Bardeaux multiples "Everlastic" (Quatre dans un) le carré . . . . . \$6.50  
 (Mis en paquets d'un demi-carré de toiture).

(En rouleaux de 36 pouces de large, contenant 108 pieds carrés. Chaque rouleau contient les clous, le ciment et le mode d'emploi à l'exception de la toiture goudronnée).

Everlastic, 1 pli . . . . .	\$2.10
Everlastic, 2 plis . . . . .	2.50
Everlastic, 3 plis . . . . .	2.95
Panamoid, 1 pli . . . . .	1.90
Panamoid, 2 plis . . . . .	2.30
Panamoid, 3 plis . . . . .	2.75
Everlastic, (surface ardoise) rouge ou vert . . . . .	3.50
Toiture goudronnée "Red Star" 2 plis . . . . .	2.13
Toiture goudronnée "Red Star" 3 plis . . . . .	2.55
Neponset Paroid. (Surface grise unie).	
Neponset Paroid . . . . .	3.30
" " épais . . . . .	3.80
" " extra épais . . . . .	4.40
" enduit d'un seul côté	2.55

(Surface ardoise).

Rouge ou vert (108' x 36") . . . . .	4.00
Rouge ou vert (116' x 18") . . . . .	4.50

Marque Canadienne. (fini caoutchouc gris).

1 pli . . . . .	2.40
2 plis . . . . .	2.75
3 plis (rouleaux de 108 pieds carrés seulement) . . . . .	3.10
Santite (surface sablée).	
1 pli . . . . .	2.30
2 plis . . . . .	2.55
3 plis (rouleaux de 108 pieds carrés seulement) . . . . .	2.90

**Papiers pour construction :**

	le rouleau
Neponset noir 36"x500' . . . . .	3.90
Neponset enduit 36"x500' . . . . .	3.40
Neponset feutre à l'épreuve de gel e. 36"x200" . . . . .	4.40
Feutre asphalte Neponset:	
10 lbs 400 pieds carrés . . . . .	2.50
15 lbs 400 pieds carrés . . . . .	2.75
25 lbs 200 pieds carrés . . . . .	3.15

**Peintures :**

Neponset noir . . . . . gallon	1.05
Neponset rouge ou brun . . . . .	1.65
Neponset vert . . . . .	3.20
Noir canadien . . . . .	0.90

**Ciment Neponset :**

Gallon (10 lbs) . . . . .	1.10
Pinte (2½ lbs) . . . . .	0.30
Chopine (1¼ lbs) . . . . .	0.15
Ciment plastique.	
Gallon (10 lbs) . . . . .	1.10

**Composé asphalte :**

Marque Canadienne, le gallon.	0.30
Enduit à toiture, le gallon . . . . .	0.90
f.o.b. usine Hamilton, Ont. Termes. 2 pour cent 10 jours, ou 30 jours net	

**Papiers :**

Papier à lambris blanc, Marque Imperial, les 100 lbs . . . . .	\$7.75
Papier à lambris gris, Marque Imperial, les 100 lbs . . . . .	\$5.75
	Rouleau de 400 pieds
Fibre sèche, No 1, Anchor . . . . .	\$1.65
Fibre sèche, No 2, Anchor . . . . .	1.10
Fibre goudronnée, No 1, Anchor . . . . .	1.70
Fibre goudronnée, No 2, Anchor . . . . .	1.45
Fibre surprise . . . . .	1.15
Fibre "Stag" . . . . .	1.15
Feutre goudronné, 7, 10 et 16 onces, le quintal . . . . .	5.35
Feutre goudronné, Spécification Barrett, le rouleau . . . . .	3.55
Feutre à tapis, 16, 20 et 24 Onces, le quintal . . . . .	6.50
Feuilles "pailles" goudronnées pesantes, le quintal . . . . .	5.15
Feuilles "paille" sèches pesantes, le quintal . . . . .	5.10
Fibre d'épingle, 36" et 72", le quintal . . . . .	2.75

**Produits pour toitures :**

Enduit liquide "Everlastic" pour toiture en barils le gallon . . . . .	0.70
Par lots de 5 et 10 gallons . . . . .	0.85
Boîtes d'un gallon, la douz. . . . .	10.50
Coaltar (raffiné), le baril . . . . .	10.25
Coaltar (brut), le baril . . . . .	9.00
F.o.b. Toronto et Montréal.	

**Ciment à raccommodage "Elastigum" Plastique**

Barils d'environ 600 lbs, la livre . . . . .	0.08½
½ baril d'environ 300 lbs, la livre . . . . .	0.09
Barillets d'environ 100 lbs, la livre . . . . .	0.09½
Barillets d'environ 25 lbs, la livre . . . . .	0.11½
Barillets d'environ 5 lbs, (12 à la caisse), . . . . .	9.50
Boîtes de 1 lb (2 douz. à la caisse) la caisse . . . . .	5.50

**Ciment à raccommodage "Elastigum" Liquide**

Barils d'environ 40 gallons, le gallon . . . . .	0.85
½ barils d'environ 25 gallons, le gallon . . . . .	0.90
Bidons de 5 gallons, le gallon . . . . .	1.00
Bidons d'un gallon (1 douz. à la caisse) la caisse . . . . .	12.00
Ciment liquide "Everlastic" pour toiture	
Barils d'environ 40 gallons, le gallon . . . . .	0.70

½ barils d'environ 25 gallons, le gallon . . . . .	0.75
Bidons de 5 gallons, le gallon . . . . .	0.85
Bidons d'un gallon (1 douz. à la caisse) la caisse . . . . .	10.50
Boîtes d'une chopine (2 douz. à la caisse) la caisse . . . . .	3.00
Huile à mouches "Creonoid"	
Baril d'environ 40 gallons, le gallon . . . . .	0.65
½ baril d'environ 25 gallons, le gallon . . . . .	0.70
Bidons de 5 et 10 gallons, le gallon . . . . .	0.80
Récipients de 1 gallon (1 douz. à la caisse) la caisse . . . . .	13.00
Récipients de 1 gallon (½ douz. à la caisse) la caisse . . . . .	7.00
Récipients de ½ gallon (1 douz. à la caisse) la caisse . . . . .	9.00

**Peinture élastique "Everjet" :**

Baril d'environ 40 gallons, le gallon . . . . .	0.80
½ baril d'environ 25 gallons, le gallon . . . . .	0.85
Bidons de 5 et 10 gallons, le gallon . . . . .	0.95
Récipients de 1 gallon (1 douz. à la caisse) la caisse . . . . .	12.00
Coaltar (raffiné) le baril . . . . .	10.25
Coaltar (brut) le baril . . . . .	9.00

**Tôles galvanisées :**

Apollo . . . . .	10%	12.00	100 lbs.
		28	11.50
		26	11.00
		24	10.75
Fleur de lis . . . . .		28	13.00
		26	12.75

Tire-Fond (coach screw) . . . . . 35%

**Tuyau en fer :**

	Noir	Galvanisé	
	100	100	100 pieds
¾	6.70	8.70	—
¾	5.31	7.38	—
¾	5.31	7.38	—
¾	7.10	8.63	—
¾	8.80	10.37	—
1	13.00	16.07	—
1½	17.60	21.74	—
1½	21.04	25.99	—
2	28.30	34.97	—
2½	44.75	55.28	—
3	58.52	72.29	—
3½	74.06	90.60	—
4	87.74	107.37	—

**Tuyau de plomb :**

jusqu'à 2 pces . . . . .	100 lbs	12.50
2 pces à 8 pces . . . . .	—	13.50
8 pces . . . . .	—	14.50
de renvoi, 1¼ à 2 . . . . .	—	13.50
en longueur, 2 à 4 . . . . .	—	13.50

**Vadrailles :**

	1	3	15
O-Cedar . . . . .	18.00	18.00	10.00 doz.
Liquide Veneer:			
Senior . . . . .			20.00 doz.
Junior . . . . .			14.00 doz.

**Verre à vitre :**

	25 pces	Simple	Double
26 à 40	—	11.00	16.40
41 à 50	—	14.00	20.90
51 à 60	—	15.00	23.00
61 à 70	—	18.00	24.00
61 à 70	—	17.00	25.00
71 à 80	—	22.00	27.00
81 à 85	—	—	34.00
86 à 90	—	—	36.50



91 à 94 —	37.45
95 à 100 —	43.75

Escompte 50%

**Vis à bois :**

en fer, tête plate . . . . .	70%
tête ronde . . . . .	67½%
en laiton, tête plate . . . . .	55%
tête ronde . . . . .	52½%
en bronze, tête plate . . . . .	50%
tête ronde . . . . .	47½%

**Zinc:**

En feuilles, No 9, 100 lbs. .	17.00
-------------------------------	-------

**PEINTURE**

Le fait saillant du marché de la peinture cette semaine est la réduction du blanc de plomb à l'huile et du mastic. Le blanc de plomb à l'huile est réduit de \$2.00 les 100 lbs, le mastic standard de \$1.00 et le mastic à l'huile de lin pure de \$2.00 les 100 lbs. La vitre est toujours incertaine et aucune amélioration ne s'est produite pendant ces dernières semaines. Les prix actuels sont de 50 pour cent au-dessous de la liste de Montréal. La térébenthine se relâche de nouveau et le prix est retombé aux environs de \$1.00. L'huile de lin et le shellac ne montrent aucun changement de prix. Les affaires s'améliorent lentement pour les peintures et produits similaires à mesure que la saison avance.

**L'HUILE DE LIN EST FERME**

Huile de lin — L'huile de lin reste ferme cette semaine sans changement de prix.

**Nous cotons:**

	Gallon impérial
<b>Huile Brute—</b>	
1 à 2 barils . . . . .	0.96
3 à 4 barils . . . . .	
<b>Huile bouillie—</b>	
1 à 2 barils . . . . .	0.98
3 à 4 barils . . . . .	
5 à 10 barils . . . . .	

En raison des fluctuations du marché de la graine, les jobbers, en général, ne donnent pas de cotations.

**LA TERE BENTHINE EN BAISSÉ**

Térébenthine — La tendance faible de la térébenthine continue à s'accroître et cette semaine il y a encore à signaler une légère baisse de ce produit.

	Gallon impérial
<b>Térébenthine—</b>	
Par baril simple . . . . .	1.02
Par petits lots . . . . .	1.10
<b>Emballage en sus</b>	

**LE BLANC DE PLOMB EN BAISSÉ**

Blanc de plomb — Comme nous l'avions fait pressentir depuis quelque temps, il y a eu cette semaine une nou-

velle réduction importante du prix du blanc de plomb. Cette diminution qui atteint \$2.00 porte maintenant le prix du blanc de plomb à \$14.50. C'est la deuxième réduction importante de ce produit depuis le début de l'année.

**BLANC DE PLOMB**  
(Moulu dans l'huile)

	De	Moins
	1 à 5	d'une
	tonnes	tonne
Gliddens . . . . .	14.50	\$14.85
Anchor, pur . . . . .	14.50	14.85
Crown Diamond . . . . .	14.50	14.85
Crown, pur. . . . .	14.50	14.85
O.P.W. Dec. pur . . . . .	14.50	14.85
Eléphant, véritable. . . . .	14.50	14.85
Red Seal . . . . .	14.50	14.85
Decorators, pur . . . . .	14.50	14.85
O.P.W. anglais . . . . .	14.50	14.85
Green Seal . . . . .	14.50	14.85
Moore, pur . . . . .	14.50	14.85
Ramsay, pur . . . . .	14.50	14.85
Produits de "The Steel Co. of Canada, Ltd".		
Tiger, pur . . . . .	14.50	14.85
Decorators, spécial . . . . .		12.00
Maple Leaf, spécial. . . . .		10.00
F.o.b. Montréal 2% 15 jours.		

**Peintures à l'huile :**

	Prix en bidon
	d'un gallon.
Martin-Senour 100% pure . . . . .	4.10
C.P. Canada Paint . . . . .	4.10
B.H. Brandram-Henderson . . . . .	4.10
Sherwin-Williams . . . . .	4.10
Ramsay, Unicorn ou Bull Dog . . . . .	3.95
Crown Diamond McArthur-Erwin. . . . .	3.85
Canada Ottawa Paint Works . . . . .	4.10
Handy Home Glidden . . . . .	3.40
Hills . . . . .	3.35
Elephant . . . . .	3.85
Family Sherwin-William . . . . .	3.40

**Peintures mates pour murs :**

	Prix en bidon d'un gallon.
Newtone, Martin-Senour . . . . .	4.10
Sanitone, Canada Paint . . . . .	3.75
Flat Tone, Sherwin-William . . . . .	3.75
Dull Tone, Ramsay & Son . . . . .	3.75
Flat Wall, Glidden . . . . .	3.75
C.D. Tone, McArthur-Erwin . . . . .	3.75
Flat Wall, Ottawa Paint Works . . . . .	3.75
Rresconette, Brandram-Henderson . . . . .	3.75

**Peintures à plancher :**

	Prix en bidon d'un gallon.
Senour, Martin-Senour . . . . .	4.10
S.W.P. Sherwin-William . . . . .	4.10
C.P., Canada Paint . . . . .	4.10
Glidden . . . . .	3.70
O.P.W., Ottawa Paint Work . . . . .	3.95
B.H., Brandram Henderson . . . . .	4.10
C.D. Crown Diamond, McArthur-Erwin . . . . .	3.70

**Peintures à vestibules :**

	Prix en bidon d'un gallon
Martin-Senour . . . . .	4.10
S.W.P., Sherwin-William . . . . .	3.95
B.H. Brandram-Henderson . . . . .	3.95
O.P.W. Ottawa Paint Work . . . . .	3.95
Glidden . . . . .	4.30
C.D., McArthur-Erwin . . . . .	3.80
Ramsay . . . . .	4.20

**Peintures émaillées (blanches) :**

	Prix en bidon d'un gallon
Vitralite, Pratt-Lambert . . . . .	8.75

**Blanc de zinc :**

Pur à l'huile . . . . .	31.00 100 lbs.
-------------------------	----------------

**LE MASTIC DIMINUE**

Mastic — Par suite de la diminution des ingrédients composant le mastic, ce produit a subi cette semaine une réduction générale de \$1.00 sur tous les emballages.

En barils . . . . .	\$5.60
Par 100 livres . . . . .	6.60
Par 25 livres . . . . .	6.85
Par 12½ livres . . . . .	7.10

Mastic à l'huile de lin pure \$2.50 par cent livres en plus des prix ci-dessous.

Mastic de vitriers \$1.00 par cent livres au-dessus des prix ci-dessous.

Termes: 2% 15 jours net 60. f.o.b. Montréal.

**Blanc de céruse :**

moulu . . . . .	2.75 le 100 livres
en motte . . . . .	2.50 le 100 livres

**Gomme Laque:—**

Pure Orange. . . . .	4.00
Blanche. . . . .	5.00

	Couleurs régulières	Blanches	Vertes	Rouges
Martin-Senour 100% pure . . . . .	4.10	4.45	4.60	4.75
C.P. Canada Paint . . . . .	4.10	4.45	4.55	4.50
B.H. Brandram-Henderson . . . . .	4.10	4.45	4.50	4.75
Sherwin-Williams . . . . .	4.10	4.45	4.55	
Ramsay, Unicorn ou Bull Dog . . . . .	3.95	4.30	4.35	4.60
Crown Diamond McArthur-Erwin. . . . .	3.85	4.20	4.20	4.40
Canada Ottawa Paint Works . . . . .	4.10	4.45	4.45	4.70
Handy Home Glidden . . . . .	3.40	3.80	3.80	3.80
Hills . . . . .	3.35	3.60	3.85	3.85
Elephant . . . . .	3.85	4.35	4.15	4.30
Family Sherwin-William . . . . .	3.40	3.65	3.55	3.70

**Prix en bidon d'un gallon**

	Couleurs régulières	Blanches
Newtone, Martin-Senour . . . . .	3.75	3.85
Sanitone, Canada Paint . . . . .	3.75	3.85
Flat Tone, Sherwin-William . . . . .	3.75	3.85
Dull Tone, Ramsay & Son . . . . .	3.75	3.85
Flat Wall, Glidden . . . . .	3.75	3.85
C.D. Tone, McArthur-Erwin . . . . .	3.75	3.85
Flat Wall, Ottawa Paint Works . . . . .	3.75	3.85
Rresconette, Brandram-Henderson . . . . .	3.75	3.85

Superior White, Glidden . . . . .	8.40
Martin, Martin-Senour . . . . .	7.00
Albagloss, Canada Paint . . . . .	6.80
Japalac, Glidden . . . . .	5.10
Agate, Ramsays . . . . .	6.20
Sunshine . . . . .	7.00
Invincible, Ramsays . . . . .	7.50
Old Duch, S.W.P. . . . .	6.27
C.D. Masters Painters . . . . .	7.00
Jasperlac . . . . .	5.00
B.H. English . . . . .	8.00

**Dissolvant de peintures**

	Prix en bidon d'un gallon
<b>et de vernis :</b>	
<b>Prix en bidon d'un gallon</b>	
Glidden . . . . .	8.60
Taxite . . . . .	8.60
Cumoff . . . . .	8.60
Chalco . . . . .	9.00
Varn-Off . . . . .	8.85
Expedite . . . . .	4.05
B.H. Varnisher . . . . .	8.00
O.P.W. . . . .	4.00

Jelly tone . . . . .	7.80	7.80	—
Frescota . . . . .	7.80	8.40	—
<b>Peintures à l'eau :</b>			
<i>Prix en paquets de 5 lbs.</i>			
	Blanches	Couleurs	
Alabastine . . . . .	9.60	9.60	100 lbs.
Decotint . . . . .	9.50	9.50	—
Universal . . . . .	8.50	9.50	—
Ramsays Perfecto . . . . .	8.50	9.50	—
C.D. Wall			
<b>Teintures aux vernis :</b>			
	¼ ch.	½ ch.	1 ch. 1 pte
Wood Lac . . . . .	.18	.33	.60 1.11
C.D. Var-Tain . . . . .	.18	.30	.50 ....
Jap-a-Lac			
Glidden . . . . .	.18	.33	.60 1.11
Agate . . . . .	.18	.33	.57 1.08
Jasperlac . . . . .	.18	.28	.48 .90
Sun . . . . .	.18	.30	.54 .95
Chinalac . . . . .	.21	.30	.54 .99
Sher-Wil Lac . . . . .	.18	.30	.54 .99

7-20 Ramsays . . . . .	3.00
C.D. Big 4 Intérieur . . . . .	4.50
C.D. Big 4 Extérieur . . . . .	5.00
C.D. Big 4 Planchers . . . . .	4.40
B.H. Everlastic . . . . .	4.80
B.H. Marinespar . . . . .	6.03
<b>Couleurs à l'huile pure :</b>	
<i>Prix en bidon de 5 litres.</i>	
Vert chrome . . . . .	.30 la livre
Vert, No-Fade . . . . .	.28 —
Vert Imperial . . . . .	.39 —
Vert bouteille . . . . .	.59 —
Jaune chrome . . . . .	.70 —
Jaune ocre . . . . .	.90 —
Jaune ocre dorée . . . . .	.35 —
Rouge vénitien . . . . .	.37 —
Rouge indien . . . . .	.36 —
Rouge vermillon Am. . . . .	.80 —
Rouge vin . . . . .	.50 —
Bleu prussien . . . . .	1.50 —
Bleu chinois . . . . .	1.20 —
Bleu marin . . . . .	.70 —
Bleu azur . . . . .	.55 —

<b>Vernis :</b>	
<i>Prix en bidon d'un gallon</i>	
61 Pratt-Lambert, . . . . .	5.81
38 Pratt-Lambert . . . . .	5.81
110 Pratt-Lambert . . . . .	4.90
Spar Finishing, Pratt-Lambert.	7.58
Floorette Glidden . . . . .	4.56
Wearrette Glidden . . . . .	4.56
Japspar Glidden . . . . .	6.00
Japalac Glidden . . . . .	4.95
Marble-Itte Martin-Senour . . . . .	4.87
Jasperite . . . . .	3.75
Wood-Var Martin-Senour . . . . .	4.87
Durablespar Martin-Senour . . . . .	5.78
Sun, Canada Paint . . . . .	4.30
Sun Floor, Canada Paint . . . . .	4.40
Agate Floor Ramsays . . . . .	3.95
400 Hardoil Ramsays . . . . .	3.25
Universal Ramsays . . . . .	3.75

**WESTERN ASSURANCE CO.**

Fondée en 1851


Assurances contre incendie, Assurances Maritimes, d'Automobiles, contre l'Explosion, l'Émeute, la Désorganisation Civile et les Grèves.

ACTIF, au-delà de . . \$8,300,000.00

Bureau Principal: **TORONTO (Ont.)**

**W. A. MEIKLE**  
Président et gérant général  
**C. S. WAINWRIGHT**, Secrétaire

Succursale de Montréal:  
**61, RUE SAINT-PIERRE**  
**RORT. BICKERDIK, gérant.**



**Exigez cette Marque**

Pour avoir ce qu'il y a de mieux en fait de

**Saucisses au porc frais Frankfurt**

**Jambon Pressé**

**Saucissons de Boulogne**

**Saucissons Spéciaux Régulier et à l'ail**

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

Voyez Votre Marque de Commerce sur vos Marchandises

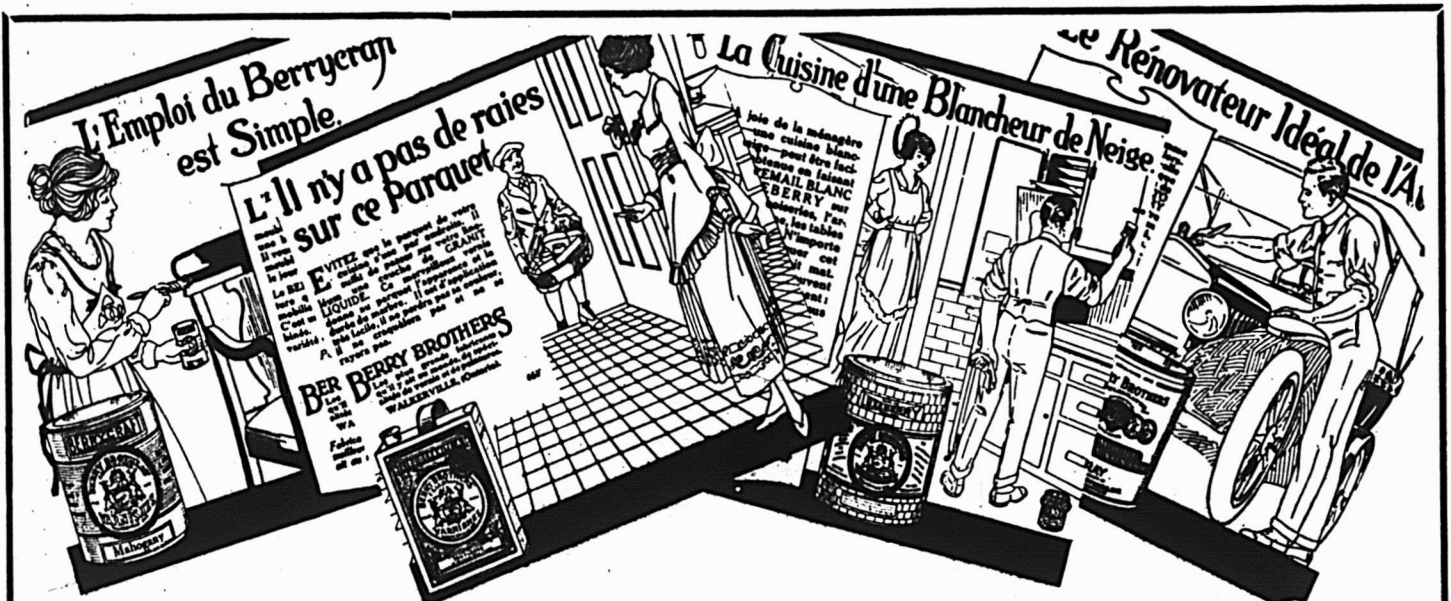
**TRANSFERT DECALQUE**

FABRICATION CANADIENNE

PERMANENCE BELLE APPARENCE

ÉCHANTILLONS SUR DEMANDE

CANADA DECALCOMANIA COMPANY, LTD  
364-370 RICHMOND ST. WEST TORONTO CANADA



**L'Emploi du Berrycraft est Simple.**

**L'Il n'y a pas de raies sur ce Parquet**

**La Cuisine d'une Blancheur de Neige**

**Le Rénovateur Idéal de l'Auto**

**BERRY BROTHERS**  
WALKERVILLE, ONTARIO

## Notre campagne nationale d'annonces pour 1921

Va paraître dans tous les principaux quotidiens de tout le Canada, et sera lue par plus de trois millions de personnes d'un océan à l'autre. Il va en résulter une demande extraordinaire pour les fameux "Liquid Granite" (le meilleur vernis à plancher du monde) Berrycraft (un fini-teinture pour toutes boiseries) Email Blanc Luxeberry (pour le bois, le plâtre et le métal) Vernis coloré pour auto de Berry Brothers (se fait en dix nuances), etc.

**Walkerville**

**BERRY BROTHERS INC**  
Les plus grands fabricants du monde de Vernis et Spécialités de peintures.

**Ontario**

# Renseignements de Québec

BUREAU D'ENREGISTREMENT DE  
QUÉBEC

- Déclaration—Dme Vve Frs Elz. St-Laurent—Campagna, p. S. 1397, St-Sauveur.
- Mariage—Alf. Ratté à Dlle Emérentienne Gosselin.
- Quittance—Em. Beaulieu à Jos. Beaupré.
- Testament—Dame Clov. Beaulé Gonthron dit Larochelle.
- Testament—Clov. Beaulé.
- Déclaration—Alp. Beaulé, 1758, St-Sauveur.
- Vente—Gaud. Marquis à Jos. Marquis, 425-426 St-Sauveur.
- Vente—Jos Marquis à Jean Leclerc, 425-426 St-Sauveur.
- Résiliation—Ph. Boivin à Armand Gagné, 3663 St-Jean, I. O.
- Concession—La Couronne à Sis à Eyn Mining of the Town of Amos V. & Dud.
- Rév. Ant. Dugas et al à Stanley E. Sissar.
- Vente—Dame Paul d'Aigneaux de Briny à Evan E. Turner, 97-12-A-N D. de Québec.
- Jugement—Robert & Trudel vs Dame Ph. Ferland.
- Avis—Robert & Trudel vs Dame Ph. Ferland.
- Vente—Jos. P. Grenier à P. Od. Binet, p. 569 et 570, Beauport.
- Rétrocession—Dame J. Alf. Savard à M. et Mme Frs Savard, à 323 p. St-Ambroise.
- Vente et acc.—Lor. Giroux et Ad. Carmichael, 520 et 522-1, 521 Beauport.
- Obligation—Cléop. Parent et ex. à Edm. Giroux, ½ N-E 564 Beauport.
- Vente—Art. Ferland à Om. Nolet, 531-20-21. Beauport.
- Quittance—Gust. Proteau à J. M. Maskey Dr.
- Vente—Geo. Vaudreuil à J. Wilf. Tardif, 2102 128 St-Sauveur.
- Vente—Jos. Voyer à Dme Vve Alp. Langlois, 411-V, st-Roch, N.
- Cession et transport—L'hon. D. O. L'Espérance à J. H. Fortier, 2886 Palais.
- Vente—Albert Faucher à Vve F. X. Létourneau, ½ E. 2034, St-Sauveur.
- Mariage—J. A. Jinchereau à Dlle Marie Gilbert..
- Concession—L'Hôtel-Dieu de Québec à Henri Wellis, p. 2981, Palais.
- Rétrocession—The Montreal Quebec Realty Co. Ltd à Quebec Land Co. Ltd., 441-47-A, 3 508 pties et 509 pties, St-Roch Nord.
- Rétrocession—Jos. Audibert à Ph. Audibert, 319, St-Sauveur.
- Vente—Od. Leclerc à Jos. Bélanger, 1007-1 J.-C.
- Obligation—Jos. Tremblay à Ph. Loberge, 22 St-Sauveur.
- Obligation—J. T. Pelletier à Elie Villeneuve, 8883, St-Sauveur.
- Quittance—Art. Pouliot à F. X. Lepage et al.
- Obligation—Jos. Lachance à Dlle Anast. Couillard de Beaumont et al, 513-81-B28, St-Roch N.
- Vente—L. C. Jacques à Esdras Arcand, 508-1326, St-Roch N.
- Obligation—L. Poulin à L. C. Jacques, 435-22½ N. 21 519-413-414, St-Roch N.
- Quittance—Jos. Guillaume Dupil et al à Jos. Lachance.
- Quittance—La Cie Jos. Lefrançois à L. Poulin.
- Bail—Succ. Archer à la Cie L. Gingras & Fils Ltée, 2002-2003 St-Pierre.
- Mariage—P. Verret à Dlle Ant. Fortin.
- Testament—F. X. Jobin.
- Quittance—P. du Rev. à Succ. F. X. Jobin, 4/10 ind. 527 et ½ ind. 528, St-Sauveur.
- Déclaration—Dme Vve F. X. Jobin, 4/10 ind. 527 et ½ ind. 528, St-Sauveur.
- Obligation—Dlle Irm. Noel à J. A. Bouchard, 1026-1027, J.C.
- Quittance—Dame Vve M. H. Brophy à Mag. Cauchon.
- Vente—Ch. Trudel à Geo. Martineau, 97-32-33 p. 4; 98, 46, 47 N-D de Québec.
- Quittance—Geo. Châteauevert à Dlle N. Conville.
- Testament—Alf. Vandal.
- Déclaration—Dame Alf. Vandal Leclerc, ½ ind. 747A Beauport.
- Cession—M. Jolicœur à Ludg. Savard, 321-25-30-29-12-13, St-Ambroise.
- Vente—L'abbé C. O. Godbout à Frs Auclair, p. N. 44, Charlesbourg.
- Vente—Ern. Careau à Dlle Hilda Martel, 2107-227, St-Sauveur.
- Bail—Ph. Mercier et al à Alex. Martel, 1638 J.-Cartier.
- Obligation—Dlle H. Martel à Méd. Monast, 2101-227, Saint-Sauveur.
- Vente—Chrys. Jobin à Eng. Caron, 146-49 N-D de Québec.
- Quittance—P. du Rev. à Succ. Alp. Longchamp, ½ ind. 418-419, St-Roch N.
- Vente—Isid. Bédard à Art. Guilbault, p. 33, Charlesbourg.
- Obligation—Art. Guilbault à Dme Ls Caron, p. 468, p. 33, Charlesbourg.
- Vente—Jos. Lannièrre à Cl. Garneau, 516, Charlesbourg.
- Quittance—Méd. Monast à Ern. Garneau.
- Quittance—Ph. Bourret esquté à Théo. Maheux.
- Vente—Henry Ross à John Jos. Dawson, 3755, p. 81 St-Jean.
- Quittance—Dame P. Drolet et al à Ad. Delisle..
- Quittance—Dlle Emma Fleury à Em. Frenette.
- Quittance—Cl. Morency à Geo. Boillard.
- Obligation—Chs. Farley à James Davis, 2153 St-Pierre.
- Ratification—Dame Elsie Dunlop McNeil à H. S. Champlon, 4293 et p. 4293 Montcalm.
- Quittance—A. C. H. Desplats à Succ. Facey.
- Vente—Frs Ouellet à Dame Vve T. Ouellet, p. 3663, St-Jean.
- Rétrocession—Abr. Martel à Dame Mich. Hamel, p. 1103 St-Sauveur.
- Obligation—Victor Coulombe à J. S. Langlois, 1102 St-Sauveur.
- Quittance de droits—P. du Rev. à Succ. Dame S. Lortie Nolet, 531-21, Beauport.
- Vente—Dlle M. A. Lortie à Alf. Giroux, 531-21.
- Quittance de droits—P. du Revenu à Succ. J. B. Vaillancourt fils, ½ ind. 1014-1015 J-C.
- Déclaration—Dame J. B. Vaillancourt à Régistrateur de Québec, ½ ind. 1014-1015 J-C.
- Vente—Succ. J. B. Vaillancourt à Edm. Tremblay, ½ ind. 1014-1015 J-C.
- Quittance—F. Blouin à M. Brunet.
- Vente—Succ. Wm. Power à W. J. Charpes Ltd, p. 350 Ste-Foye.
- Obligation—Geo. Richard à G. A. Paradis, 3755, 48 St-Jean.
- Mariage—Alb. Rompré à Dlle Mélanie Leclerc.
- Obligation—Ph. Bidégaré à Jos. Wilf. Marier, 161 St-Roch.
- Obligation—La Cie S. Gagnon Inc. à Stan. Gagnon, 331 St-Sauveur.
- Transport—Chs Bélanger à Ls. Ph. Couture, 511-173-175, St-Roch N.
- Contrat—Thos. Boivin.
- Vente—Stan. Gagnon à la Cie S. Gagnon Inc., 331 St-Sauveur.
- Vente—Hon. Linteau à Chs. Laflamme, 76-77 St-Ambroise.
- Donation—Dame Thos. Bédard à J. B. Paul, p. 660, St-Ambroise.
- Vente—Jac. Falardeau à Gaud. Bédard, 353, St-Ambroise.
- Vente—Thas. Jack à Alb. Rochette, p. 873, St-Ambroise.
- Vente—Chs Laflamme à Edm. Rousseau, 76-77, St-Ambroise.
- Obligation—Edm. Garneau à Elz. Martel, 673-8, St-Ambroise.
- Quittance—Ars. Verret à J. Falardeau.
- Quittance—Ph. Robert et al.
- Vente—Le Parc St-Louis Ltée à Jos. Masse, 105-213-214, St-Colomban.
- Convention—Alp. Breton à Dame Vve Ed. Rousseau et al, 895c 895b à St-Roch.
- Testament—Dame Ed. Rousseau.
- Déclaration—Alp. Breton à Régist. de Québec, ½ ind. 895 à 895b 895c, St-Roch.
- Obligation—Dlle Mary Hughes à Dame Vve Elz. Lebel et al, 4162 Montcalm.
- Obligation et hypothèque—Dlle M. A. à Dame Jas. Walsh, 4162 Montcalm.
- Quittance—Alev. Légaré et al à Dlle M. Hughes.
- Vente—Alf. Goulet à Thur. Guertin, p. rg. 9.59 Courville.
- Vente—J. P. Matte et al à J. A. Aubé, 3390 St-Jean.
- Main-levée d'hyp.—Ali. Langlais et al à Dame Vve A. Langlais.
- Quittance droits—P. du Rev. à Succ. Dame Beaulé G. dis. L'½ ind. 1758, St-Sauveur.
- Quittance de droits—P. du Rev. à Succ. Dame Clov. Beaulé, G. dis. ½ ind. 1758 St-Sauveur.
- Vente—Ls. Burque à Liguori Ouellet, 2098-146, St-Sauveur.
- Vente—Jos. Bédard à Jos. Bégin, 622, St-Sauveur.
- Obligation—Jos. Bégin à Elz. Turcotte, 622, St-Sauveur.
- Déclaration—Raph. Filion.
- Obligation—Vict. Bernier à Dlle L. Bernier, 1968-30 St-Sauveur.
- Sub.—Dame Léger Gelly à Jos. Gagnon, par J. A. Cloutier, 446 St-Roch.

- Vente—Magl. Cauchon à L. Letellier, 3758-5-3-B et pas 3-E, Montcalm.
- Priv.—Léon Nadeau à I. Om. Lamontagne, 3093, St-Jean.
- Vente—Ls Alp. Richard fils à Jos. Richard son frère, 511-94, p. 98 St-Roch N.
- Quittance—Dlle Euder Patry à Dlle Eva Patry.
- Quittance—Nap. Richard à Emm. Richard.
- Obligation—Dr C. R. Paquin à Soc. Prêts et Plac. Québec, 3913 p. E. 3912, 3914, 1915, 3815-1, Montcalm.
- Vente—Cyr Bussièrès à J. Ern. Blouin, 2341-c, p. 267, St-Sauveur.
- Déclaration—Dame Vve Ph. Vallerand à Rég. de Québec,  $\frac{1}{2}$  de  $\frac{1}{2}$  ind. 177, St-Sauveur.
- Quittance du P. du Rev. à Succ. Ph. Vallerand, 1776, Saint-Sauveur.
- Obligation—Eug. Frenette C à Pop. St-Malo, 2341c 133, 134, St-Sauveur.
- Quittance—S. Jos. Myrand à Eug. Frenette.
- Vente—Fél. Grenier à Odilon Drapeau, p. 411 Beauport.
- Quittance—Dame Vve Lortie et vir à Alb. Donaldson.
- Mariage—J.-Bte Gosselin à Dlle Marie An. Roy.
- Mariage—J. Alf. Guay à Dlle Val. Petit.
- Subrog.—Thos. J. Moore à Ant. Gaulin par Ed. S. Gagné, 2901 Palais.
- Testament—Vict. Châteauevert.
- Déclaration—Geo. A. Châteauevert, 2768 St-Louis, 4032 4033 4034 3926 3927 Montcalm, 3212 St-Jean, 236 237 238 St-Sauveur, 32 32A 33 N-D de Québec, 50 53 55 56 57 58B-c D. E. et F 60 61 N-D de Québec, 550 551 553 Anc. Lorette, 216 216c 208 Sillery, 372 373 St-Foye, 164B 165 St-Félix.
- Testament—Onés. Châteauevert.
- Déclaration—G. A. Châteauevert. Les mêmes lots que ci-haut.
- Quittance—Dame Vve Geo. Frenette et al à Succ. M. H. Côté.
- Vente—Jos. Boyle et al à Ov. Lévesque dit Lafrance, 1343 St-Sauveur.
- Déclaration—Alp. Bouliane, 1374.
- Déclaration—Dame Fort. Bernier, Georgiana Angelina Turgeon,  $\frac{1}{2}$  ind. 979, St-Sauveur.
- Quittance—P. du Rev. à Succ. Adéline Turgeon,  $\frac{1}{2}$  ind. St-Sauveur.
- Quittance—Révd. Geo. Noel Pelletier, pre, à Ed. Picher.
- Quittance—Jos. Gravel à Alf. Miller.
- Quittance—Ed. Picher à F. X. Laliberté.
- Main-levée—The Nat. Cartage et vir The Canada Cement Co.
- Jugement et avis—H. Lafontaine vs C. E. Marchand et al, 19 et 20, bloc 17, Amos.
- Vente—Dame Narc. Malouin à Jos. Paquet, 1538-1 St-Sauveur.
- Bail—Geo. Lavoie à l'abbé Célestin Fillion, 1013 J-C.
- Quittance—Dame Cyr F. Delège à Dame N. Malouin.
- Quittance—Le Gouv. Prov. de Québec à Oliv. Moisan, 775 774 809, p. 812 Anc. Lorette.
- Quittance—Arth. Dotouche à J. O. Montreuil.
- Quittance—Alp. Guillot à Nap. Parent.
- Vente—P. Od. Binet à J. Alp. Binet, p. 768 Beauport.
- Vente—Dame Vve Art. Parent à Géd. Dussault, 1682 J-C.
- Obligation—G. Dussault à Le Prêt Hypothécaire, 1682 J-C.
- Mariage—Geo. Marcoux à Dlle Ant. Marcoux.
- Obligation—E. C. Malenfant à la C. Pap. de Québec, 3586-3 et pass. 3536-2 St-Jean.
- Quittance—Ant. Drolet à P. E. Malenfant
- Quittance de droits—P. du Rev. à Succ. Dame P. O. Dassyl Portugais, 979 et 510 St-R. N.
- Vente—Om. Michaud à Améd. Buteau, 3755-3 38 St-Jean.
- Correct.—J. Alb. Dudemaine à J. A. Thibaudeau, 56-15 16 17, Amos..
- Droit de pass.—Dame W. J. Sharpe à Ths Duchaine, 97-61 N-D de Québec.
- Testament—Wil. Dessureault.
- Déclaration—Dame Célan. Delisle, 9 et 10 bloc 11 Macamic, 1 et 2 bloc 10- $\frac{1}{2}$  S. 27 rg 8 27 et 28 dg 7, Royal Roussillon.
- Mariage—Ls P. Léveillé à Dlle Iv. Bartie.
- Obligation—Dame Vict. Giroux à J. A. Giroux, 2136 St-Pierre.
- Quittance—Succ. Dame Alex. Lemoine à V. Giroux.
- Mariage—F. X. Sauviat à Dme Ellis Byonnais.
- Quittance de droits—P. du Rev. à Succ. Dame Delp. Guillot,  $\frac{1}{2}$  ind. 965 St-Roch.
- Vente—A. E. Roy à Cl. Fournier, 2102-280 et 281 St-Sauveur.
- Vente—Jos Dugal à Art. Gingras, 469 St-Sauveur.
- Vente—Ls Demers à Jos. Dugal, 1020 St-Sauveur.
- Obligation—J. J. B. Bédard à C. Pop, Anc. Lorette, 97, 97, Anc. Lorette.
- Obligation—Ach. Galarneau à Aug. Gingras, 1356 St-Sauveur.
- Obligation—Jos. Dugal à Ed. Bilodeau, 469 St-Sauveur.
- Vente à réméré—Geo. Marois à Dlle Val. Bédard, 1356, St-Sauveur.
- Convention—O. A. Bériau à J. L. Lachance, 4368 35 36 37 Montcalm.
- Obligation—Jos Dion à Z. Dion, 2102-91 St-Sauveur.
- Obligation—F. Plante à Ls Ferland 2098-31 et 29 St-Sauveur.
- Vente—Dame F. X. Fafard Pelletier à Ol. Bélanger et al 45-B 3 N-D des Angles.
- Vente—Li Eug. Barrp à L. Roy, 97 54 55 pas sur 63 N-D de Québec.
- Quittance—Dame Jos. Pagé à F. Plante.
- Quittance—Ed. Bilodeau à Jos. Dugal.
- Quittance—C. Pop. St-Sauveur à Geo. Marois.
- Obligation—Art. Ol. Gignac à L. C. Jacques, 7 0 St-Roch.
- Transport—Dame E. Paquet Verret à Dame Guay Dorion, 441 15 et 16 et 509 309 et 310 St-Roch N. 3475 3476 St-Jean.

0

## Renseignements de Sherbrooke

### ENREGISTREMENTS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT DE LA DIVISION DE SHERBROOKE

pendant la semaine finissant le 19 février 1921.

#### ACTES DE VENTE

- W. S. Bell à L. A. Stacey, lots 176 et 177 Lennoxville. Prix \$3,000; \$1,000 payés.
- D. F. Carrier à J. A. Savard & Philippe Doyon lot 873 Est, Prix \$7,200 payés.
- Jean Gosselin à B. F. Bush, lots 405 & 406 Orford. Prix \$500 payés.
- k. F. Bradley à Frederick Pearson, lots 656 & 657 quartier Nord.
- A. M. Edwards & al à St. George's Club, partie lot 714 quartier Nord. Prix \$9,000; \$1,000 payés.
- Dame Hugh Connor & al à Arthur Dubois, lot 729-69 quartier Est. Prix \$425. payés.
- Herménégilde Poulin à Philibert Audet, partie lot 51, Village de Compton. Prix \$1,000; \$500 payés.
- George Vanier à J. B. Vanier, partie lots 2b, 3a, 3b & part 2a rang 13, Ascot. Prix \$1,500 payés.
- John Côté à Rémi Côté, part lot 550 Orford. Prix \$50 payés.
- John Côté à Emile Côté, part lot 550, Orford. Prix \$50. payés.
- Alfred Spry à Kenneth Smith, lot 1444-203 quartier Sud. Prix \$6,300; \$3,300 payés.

#### HYPOTHEQUES

- W. B. Lamy à G. W. Paige pour \$5,000 affectant lot 4, rang 10 et part 4c, rang 9, Compton.
- Philippe Doyon & J. A. Savard à Dame J. A. Leblanc, pour \$5,000 affectant lot 873 quartier Est.
- O. A. Bégin à H. O. Camirand pour \$3,500 affectant part lot 1469-19 quartier Sud.
- O. A. Bégin à Wilfrid Lamy pour \$5,000 affectant part lots 241 & 242 quartier Nord.
- Dame F. D. Hewitt à Henry James pour \$1,000 affectant lot 1330 quartier Sud.
- J. O. Dufour à Sherbrooke Loan & Mortgage Co. pour \$4,500 affectant lot 402, quartier Est.
- Regal Tire & Rubber Co. Ltd à J. S. Stanford pour \$10,000 affectant part lot 1239 quartier Sud.
- Elzéar Marcoux à La Cie Mutuelle d'Immeubles des Cantons de l'Est pour \$2,000 affectant lots 186, 189, 190, 193 et part lots 191 & 193 Lennoxville.
- Ovila Bouchard à La Cie Mutuelle d'Immeubles des Cantons de l'Est pour \$920. affectant lot 899-97 et part 899-94 quartier Est.
- Alfred Lanctôt & J. O. Royer à La Cie Mutuelle d'Immeubles des Cantons de l'Est pour \$920 affectant parts lots 120 & 121 quartier Centre.

#### DECHARGES

- Eusèbe Villeneuve à D. F. Carrier de l'hypothèque du 4 octobre 1918.

Sherbrooke Loan & Mortgage Co. à R. F. Thomas de l'hypothèque du 29 novembre 1916.  
 Dame Joseph Toulouse à Désiré Rodrigue de l'hypothèque du 10 février 1919.  
 Louis Beauregard à George Bourque de l'hypothèque du 4 septembre 1918.  
 Wilfrid Lamy à O. A. Bégin de l'hypothèque du 13 octobre 1917.  
 Loomis-Dakin Construction Co. Ltd à Julius-Kayser & Co. de l'hypothèque du 21 janvier 1921.  
 Dame D. F. Carrier à D. F. Carrier de l'hypothèque du 16 juillet 1915.  
 Succession G. G. Bryant & al à W. J. Nutbrown de l'hypothèque du 25 novembre 1919.  
 G. A. Darche à J. O. Dufour des hypothèques du 4 janvier 1919 et du 10 novembre 1919.  
 O. A. Bégin à J. O. Dufour de l'hypothèque du 27 novembre 1920.  
 G. F. Desruisseaux à Ludger Gingras de l'hypothèque du 18 juillet 1919.  
 Constant Bastonere à Antonio Bastonere de l'hypothèque du 1er octobre 1917.  
 Succession J. S. Mitchell à A. C. Bissell & al de l'hypothèque du 18 octobre 1913.  
 Eusèbe Villeneuve à Stanislas Bélanger de l'hypothèque du 13 mars 1919.  
 Décharge par Delle Anna Simoneau à Zénon Boissé, dégageant part lot 1469-19 quartier Sud.

## ACTES DIVERS

Echange entre Zénon Boissé et O. A. Bégin, ledit Boissé cédant audit Bégin part lot 1469-19 quartier Sud, et ledit Bégin cédant audit Boissé le lot 147 Orford.  
 Rectification et vente entre Arthur T. Speid et Dame Arthur T. Speid à Charles S. White, affectant part lots 332 & 334 Lennoxville.  
 Transfert de droits au bail conditionnel par Thomas Hetherington, à G. A. Bouchard, affectant lot 408 Orford.  
 Bail conditionnel par B. F. Bush à Thomas Hetherington pour 5 ans, des lots 405 & 406 Orford, pour \$500 pour ledit terme, avec option d'achat.  
 Testament de feu Dame Miles Cartmell, avec transmission affectant lots 11b & 12b rang 1 Ascot, légués à Miles Cartmell & al. Reçu du Percepteur du Revenu Provincial déclarant qu'il n'y a pas de droits exigibles sur la succession de Dame Miles Cartmell.  
 Testament de feu Beaman F. Hitchcock, avec transmission affectant part lot 90, village de Compton, léguée à Dame Beaman F. Hitchcock. Reçu du Percepteur du Revenu Provincial déclarant qu'il n'y a pas de droits exigibles sur la succession de Beaman F. Hitchcock.  
 Testament de feu Dame Théodore Dufour, avec transmission affectant parts lot 476 quartier Est, légués à J. Oliva Dufour, Ernestine Dufour, Elisée Dufour et Léon Dufour. Reçu du Percepteur du Revenu Provincial déclarant qu'il n'y a pas de droits exigibles sur la succession de Dame Théodore Dufour.  
 Déclaration de transmission re: succession Dame Joseph Green, affectant part lot 1303 revenant à son mari, Joseph Green et ses 4 enfants. Reçu du Percepteur du Revenu Provincial déclarant qu'il n'y a pas de droits exigibles sur la succession de Dame Joseph Green.  
 Donation par François Vallière et épouse, à Napoléon Vallière de part lots 757 & 758 quartier Est, sujet à l'entretien leur vie durant des deux donateurs.  
 Acte de tutelle dans l'affaire des enfants mineurs de feu Dame Oliva Boucher, nommant Oliva Boucher, tuteur, et Charles Gauvin, subrogé tuteur auxdits mineurs.  
 Contrat de mariage entre Omer Marceau et Delle Julie Vézina stipulant séparation de biens.  
 Contrat de mariage entre George Shores et Dame Petrea Hansen, veuve de Thomas Smith, stipulant séparation de biens.  
 Dissolution de raison sociale par Théodore Xasteroulis sous le nom de "Royal Café".  
 Avis d'incorporation de "Sherbrooke-Saguenay Mica Limitée".  
 Acte de société par Oscar H. Bruneau & Hector N. Brien sous la raison sociale de "Bruneau & Brien".

## BREFS EMIS EN COUR SUPERIEURE

Godère & Fils Ltd vs W. J. Prinn, Lennoxville, \$250.54.  
 A. Leclair vs L. Gervais, Sherbrooke, \$101.95.  
 D. Maguire vs F. Tarte, Ascot, \$500.00.

Y. Fang vs M. Kee, Sherbrooke, \$150.00.  
 A. Gendron vs F. Audet, St-Damien, \$1,665.94.  
 B. Bélanger vs T. H. Mailhot, Brumptonville, \$409.30.  
 M. Allaire & al vs Prudential Life Ins., Newark, N.J., \$5,000.  
 Légaré Auto & Supply vs C. Fortin, Rock-Island, \$2,500.00.  
 Denault G. & P. Co. vs D. Simoneau, Sherbrooke, \$109.10.  
 F. A. Hurd vs F. A. Wilder, Eaton, \$174.90.  
 D. Paquette vs A. Simoneau, Magog, \$199.00.  
 J. P. Brouillet & al vs F. Beaulieu, Sherbrooke, \$141.66.  
 O. Gagnon vs E. Pinard, Sherbrooke, \$670.00.  
 T. Martin vs T. Beaulieu, Megantic, \$169.40.  
 Dame A. Blouin vs A. Lehoux, Leeds, \$625.00.  
 M. Graham vs Corporation de Scotstown, \$1,000.  
 Girouard Ltd vs G. S. Burt, Melbourne, \$224.  
 T. Gloude vs E. Lemay, Brumptonville, \$375.00.  
 F. E. Morrissette vs U. Roy, St-Frs-X. de Brumpton, \$305.47.  
 J. A. Beaudoin vs F. Théberge, Stoke, \$158.78.

## BREFS EMIS EN COUR DE CIRCUIT

Agence Mercantile Est vs G. Lavigne, Chartierville, \$49.00.  
 L. Dubé vs Corporation du Canton d'Eaton, \$25.40.  
 G. & G. Ltd vs P. Grondin, Paquetteville, \$4.44.  
 A. Richer vs A. J. Trudeau, Sherbrooke, \$55.00.  
 J. A. Leblanc vs L. Lemelin, Thetford Mines, \$6.00.  
 J. H. Lemay & al vs P. Lemay, Sherbrooke, \$29.10.  
 J. H. Lemay & al vs G. Couture, Sherbrooke, \$43.77.  
 Cie de Placements vs W. Boislard, St-Fortunat, \$46.65.  
 Cie de Placements vs A. Leblanc, St-Fortunat, \$43.55.  
 Cie de Placements vs N. Girard, St-Fortunat, \$65.10.  
 I. Salois vs J. Nicholson, Sherbrooke, \$55.90.  
 J. P. Brouillet vs D. F. Bédard, Richmond, \$77.70.  
 B. Black vs S. Prybag, Sherbrooke, \$40.00.  
 E. Dumas vs A. Néron, Sherbrooke, \$7.25.  
 A. A. Gunning vs E. W. Stewart, Sherbrooke, \$20.78.  
 E. Roy vs H. Gendron, Coaticook, \$86.66.  
 Dme A. Blouin vs A. Chaltran, Ste-Anastasia, \$30.00.  
 Dme A. Blouin vs P. Chaltran, Ste-Anastasia, \$90.00.  
 D. M. MacDonald vs G. Poirier, Megantic, \$42.62.  
 D. M. MacDonald vs J. Fournier, Marston, \$44.25.  
 J. M. Sargent vs L. J. Mercier, St-Isidore, \$45.29.  
 J. Nicol & al vs C. Genest, Thetford Mines, \$28.55.  
 E. T. Provision Co. vs Geo. Russell, Sayabec, \$53.26.  
 E. A. Bernard & al vs A. St-Amand, Sherbrooke, \$48.19.  
 J. S. Broderick vs D. E. Matheson, Sherbrooke, \$67.69.  
 Dme M. J. Woodward vs J. Wasses, Sherbrooke, \$7.00.  
 J. Lurstin vs W. Boucher, Sherbrooke, \$25.00.  
 Ocean Mills Ltd vs T. H. Mailhot, Brumptonville, \$35.08.  
 E. Harper vs A. N. Todd, Newport, \$99.00.  
 J. P. Brouillet vs J. Dumont, Asbestos, \$19.09.  
 D. W. Stenson vs W. A. Dady, Derby Line, Vt., \$18.60.  
 N. E. Gariépy & al vs A. Vachon, Ditton, \$31.94.  
 F. H. Hébert & al vs R. O. Davis & al, Sherbrooke, \$43.04.  
 N. F. LaPiche vs A. X. Blais, Stoke, \$30.76.  
 J. A. Dolan vs W. H. Gates, Cookshire, \$93.75.  
 G. & G. Ltd vs L. E. Boutin, St-Gédéon, \$23.49.  
 G. & G. Ltd vs J. M. Stevens & al, Bedford, \$30.06.  
 Banque Canadienne du Commerce vs A. Leblanc, St-Fortunat, \$90.50.  
 J. A. Côté vs H. Martin, St-Félix, \$87.95.

## Nouveaux Déposants sous la Loi Lacombe.

Déposant	Patron
Archambault, J. A.	Mayor Hill Auto Service.
Cardinal, Wilfrid,	W. Lamarre & Cie.
Chartrand, Elzéar,	Banque d'Épargne.
Desrochers, P.	W. H. Taylor Ltd.
Dufresne, Alex.,	Cité de Lachine.
Evang, J. K. .	United Shoe Machinery.
Godard, Jos.	Azilda Lamarche.
Hurteau, Dame Louis,	Aird & Son.
Lebeau, J. H.	Wilfrid Carrière Co.
Leblanc, Roméo,	Hetona Chemical Co.
Lemay, Jos Alfred,	Tétrault Shoe Co. Ltd.
Majeau, David,	O. Martineau & Fils.
Paquin, Joseph,	J. Eveleigh Co. Ltd.

## Renseignements des Trois-Rivières

BUREAU D'ENREGISTREMENT  
CITE ET DISTRICT DES TROIS-RIVIERES

Semaine du 15 au 22 Février.

Vente—L. Phi. Desaulniers à F. X. Vanasse.  
Vente—Evariste Garceau à Alcide Champagne.  
Vente—T. Henry Argall à Fred. J. Argall.  
Vente—Ernest Vincent à Denis Gélinas.  
Vente—Elzéar Délisle à Namey M. Nassif & al.  
Vente—Jean Doucet vs A. A. Wickenden.  
Vente—Succ. Ludger Jolin à L. D. Durand & V. Abran.  
Vente—Egide Houle à Omer Gélinas.  
Vente—Dme Joséphine Caron à Isaïe Gélinas.  
Vente—Polycarpe Blais à Adjutor Blais.  
Vente—C. E. Paquet à Edouard Simard.  
Vente—Nazaire Ricard père à Philius Huard.  
Vente—Arthur Houle à Ephrem Gadbois.  
Vente—Douglas Baxter à Bertrand D. Baxter.  
Obligation—Jos Blanchette à A. Savoie & A. Duhaime.  
Obligation—L. D. Durand & V. Abran à Caisse Populaire des Trois-Rivières.  
Obligation—Frank Martel & ux., à D. Chenevert.  
Obligation—Sévère Germain à Guillaume Courtois.  
Quittance—Zoé Vadeboncoeur à Thomas Burham.  
Quittance—The Shawinigan Water & Power Co. à Stanislas Boucher.  
Quittance—Victor Lemay à Ernest Vincent.  
Quittance—Corporation des Trois-Rivières à Three-Rivers Industrial Co. Limited.  
Quittance—Chs Dumoulin à Joseph Hamel.  
Quittance—Napoléon Gauvin à Narcisse Veillette.  
Quittance—Corporation des Trois-Rivières à Three-Rivers Industrial Company Limited.  
Quittance—D. Chenevert à Frank Martel.  
Quittance—François Lambert à Adélarde Giguère.  
Quittance—Benjamin Paquet à Etienne Lefebvre.  
Déclaration sociale: Béliveau & Fournier.  
Vente—Onés. Bellemare à Albiny Lacerte.  
Vente—Arthur Wolford à Lucien Lajoie.  
Vente—Vve François Carle à Arthur Wolford.  
Vente—Succession Anna Nobert à L. Phil. Nobert.  
Vente—Joseph Richard à Mary Coury & Nassif Michel.  
Vente—Ferdinand Dechêne à L. W. Lloyd & F. Doré.  
Vente—J. O. H. Ricard à Ernest Desroches.  
Vente—Jos Trussard à J. B. Leduc.  
Obligation—Lionel et Henri Dufresne à Joseph Dufresne.  
Obligation—Napoléon Verner à Marie-Anne Dagneau.  
Obligation—Emile Gélinas à Cléophas Déziel.  
Obligation—Ludger Sigman à Alfred Wellard.  
Quittance—Percepteur du Revenu à Succ. Albiny Lacerte.  
Quittance—Percep. du Revenu à Succ. Vve Geo. Dufresne.  
Quittance—Percep. du Revenu à Succ. Diana Lemay.  
Quittance—Camille Barrette à Viateur Barrette.  
Quittance—Nobert & Dugré à Théophile Belleville.  
Quittance—Hector Bastarache à Arthur Latour.  
Quittance—Arthur Wolford à Vve Frs Carle.  
Quittance—Théophile Marchand à Emile Gélinas.  
Quittance—David Girard esq., à Isaïe Gélinas.  
Jugement—Joseph Chevalier vs M. Anna Béland & vir.  
Déclaration sociale: La Compagnie de Blouses St-Maurice.  
Transport—Trefflé Marcotte à Henri Sansfaçon.  
Hypothèque—Albert Hamel à Ludger Massicotte.  
Vente—Hyacinthe Bournival à Philippe Bournival.  
Vente—Albert Marchand à Albert Hill.  
Obligation—Odilon Carbonneau à Alfred Bournival.  
Quittance—Roy & Darveau à F. X. Faucher.  
Quittance—Fernando Quesnel à Frank Trépanier.  
Quittance—Jos Bourgon à Frank Trépanier.  
Donation—Dme Théodule Allard à Eugène Allard.  
Jugement—Philius Ferron à Marie-Anna Béland.

### JUGEMENTS—COUR SUPERIEURE ET DE CIRCUIT

Rodolphe Chartier vs Joseph Beurivage, Grand'Mère, \$233.  
C. W. Lindsay vs Léonidas Blais, Roberval, \$40.00.

H. A. Freedman vs L. P. Desaulniers, T.-Rivières, \$35.30.  
Arthur Héon vs Joseph Lafond, Cap de la Madeleine, \$23.71.  
Soter Mongrain vs Sylva Veillet, St-Tite, \$52.70.

## Renseignements d'Arthabaska

ACTES ENREGISTRES AU BUREAU D'ENREGISTREMENT  
D'ARTHABASKA.

du 14 au 19 février 1921.

Vente—Arthur Bédard à Alcide Fréchette, p. 364, St-Norbert, \$1400.—\$800. a/c.  
Vente—Azade Fréchette à Arthur Bédard, 363, St-Norbert, \$4000; \$2000 a/c.  
Cession de privilèges—Shawinigan W. & P. Co. à Continental H. L. Co. sur 84 lots dans Stanfold, St-Norbert et Ste-Victoire.  
Vente—Hector Côté à Joseph Poliquin, 10b, 8e rang, Stanfold, \$1800.—\$600 a/c.  
Vente—Joseph Vachon, père à Napoléon Vachon, A3, 9e rang, Stanfold, \$3000. dues.  
Cession—Eugène Blais et Léon Hamel à Corporation de Stanfold, A1, 10e rang et 14a, 11e rang Stanfold.  
Testament—Mme Thais Provencher à Cyriac Brunelle, ½ ind. 403 et p. e. 277, Bulstrode.  
Donation—Cyriac Brunelle à Josaphat Brunelle, 403, Bulstrode.  
Vente à réméré—Philippe Cyrenne à Cyriac Brunelle, 389, Bulstrode, \$900.  
Vente—Mme Caroline Dubois à Joseph Jean Landry, 620, Bulstrode, \$800. payées.  
Vente—Onésiphore Courtois à Edouard Houle, 459-129, Ste-Victoire, \$3000.—\$1500 a/c.  
Obligation—Edouard Houle à Rosaire Houle, 459-129, Ste-Victoire, \$1000.  
Vente—Calixte Richard à Johnny Bergeron, 603, Bulstrode, \$400.—payées.

ACTES ENREGISTRES AU BUREAU D'ENREGIS-  
TMENT D'ARTHABASKA

du 21 au 28 février 1921.

Transport—Hector Laroche à Amédée Despault, sur Dosithé Héroux, \$700.  
Vente—Alfred Nadeau à Luc Nadeau, 39 à 42, St-Christophe, \$5,200, dues.  
Bail à rente—Paul Tourigny à Evangéliste Isabelle, p. 400, Ste-Victoire, \$24 par an.  
Vente—François Carrier à Arthur Carrier, 9a, 11e rg, Blandford, \$25, dues.  
Transport—Jacques Chouinard à Ernest Roy, sur Henri Roy, \$1,300.  
Vente—James Robert Meagher à James Albert Meagher, p. 493, Ste-Victoire, \$800, \$80 a/c.  
Vente—Euchariste Valois à Dominique P. de Courval, 176, 177, p. 178 et p. 199, Bulstrode, \$11,000, \$1,200 a/c.  
Vente—Mme Eugénie Béliveau à Armand Gaudet, p. 454, Ste-Victoire, \$1,000, \$750 a/c.  
Vente—Gédéon Beauchesne à Emile Chénard, 518 et p. o. 5177, Bulstrode, \$1,150, \$750 a/c.  
Vente—Johnny Blanchette à Albert Alarie, p. 400, Sainte-Victoire, \$50 payées.  
Vente—Théodore Roy à Luc Dubois, p. 384, St-Norbert, \$450 dues.  
Bail à rente—Théodore Roy à Luc Dubois, p. 433 et p. 434, St-Norbert, \$12 par an.  
Don. transport—Isaïe Desruisseaux à Joseph Richard, sur Eugène Fournier, \$450.  
Vente—Arthur St-Pierre à Hervey Beaudet, p. n. o. 405, St-Norbert, \$1,000, \$200 a/c.  
Testament—Honoré Blanchet à Mme M. Louise Bernier, p. n. e. 177 et ½ ind. p. 177, 178 et 179, Arthabaskaville.

# MACDONALD'S

## 240 % Brut !

Le bénéfice moyen du détaillant sur les tabacs Macdonald est de 20 p. c.

S'il renouvelle son stock de Macdonald seulement **une fois par mois**, cela veut dire **240 p. c. de bénéfice BRUT** dans l'année.

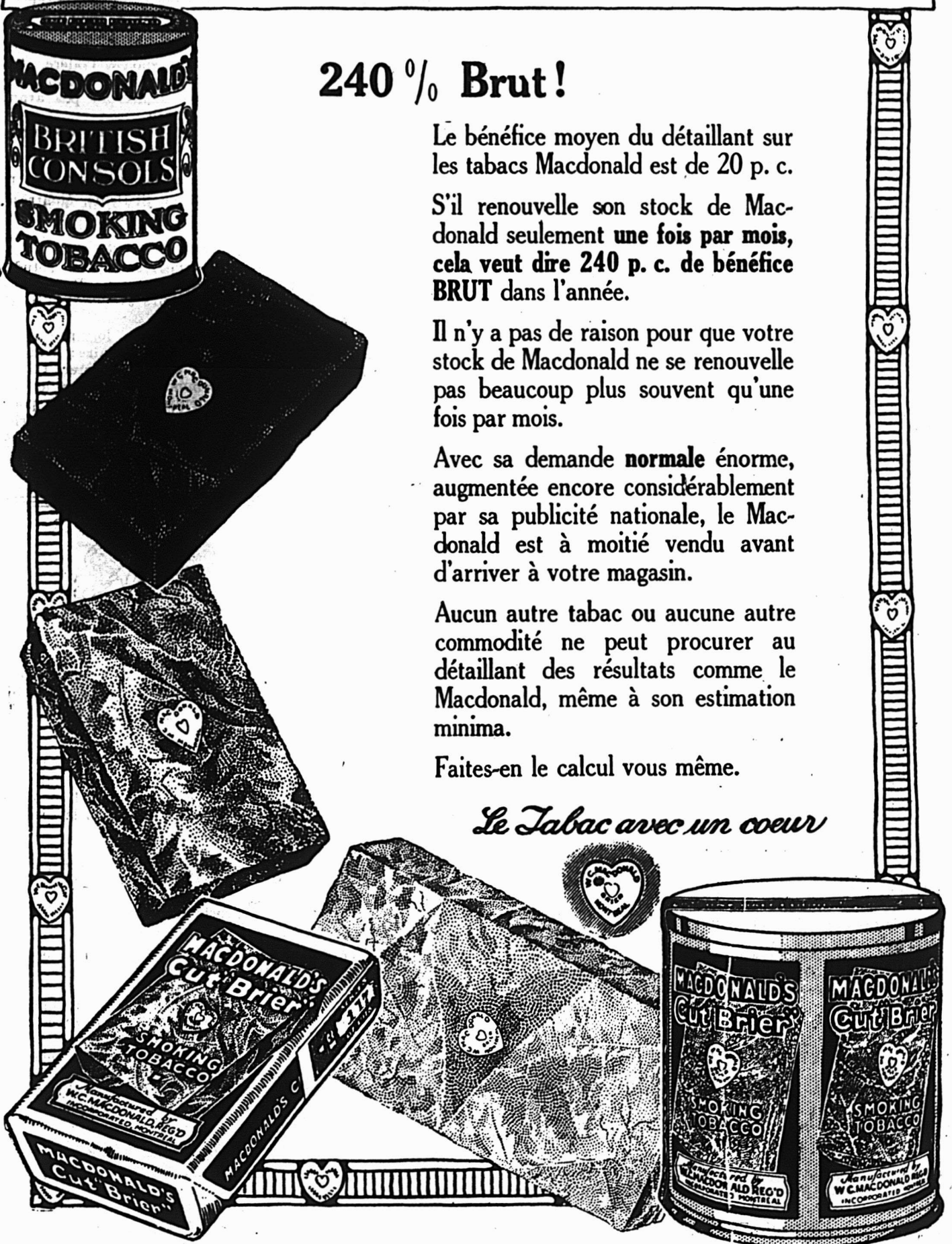
Il n'y a pas de raison pour que votre stock de Macdonald ne se renouvelle pas beaucoup plus souvent qu'une fois par mois.

Avec sa demande **normale** énorme, augmentée encore considérablement par sa publicité nationale, le Macdonald est à moitié vendu avant d'arriver à votre magasin.

Aucun autre tabac ou aucune autre commodité ne peut procurer au détaillant des résultats comme le Macdonald, même à son estimation minima.

Faites-en le calcul vous même.

*Le Tabac avec un coeur*



En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant", vous vous assurez un meilleur service.

# LA CONSTRUCTION

## BEAUMONT

Résidence d'été. Plans préparés. Propriétaire: J. Ed. Perreault, 1 rue St-Georges, Lévis. Architecte: Lorenzo Auger, 39 rue St-Jean, Québec.

## BONSECOURS

Soumissions demandées pour école \$60,000. Secrétaire trésorier de la Commission scolaire: Michel Moreau. Entrepreneur général: J. Colin, Rivière du Loup. Soumissions reçues par la commission scolaire pour électricité, plomberie et chauffage. Pas de date de clôture. Plans et spécifications à la commission scolaire.

## CAP DE LA MADELEINE

Atelier de plomberie et salle publique \$10,000, rues Notre-Dame et St-Georges. Propriétaire: H. Massicotte & Frères Inc. Architectes non encore désigné.

Résidence \$5,000 rue Napoléon. Propriétaire: Conseil municipal. Surintendant: U. W. Rousseau. Secrétaire-trésorier: Philippe Boulianne. Architecte: Jules Caron, 21 rue St-Joseph, Trois-Rivières. Entrepreneur général: O. Bergeron, Cap de la Madeleine. Peinture: P. St-Pierre, rue St-Thomas.

Résidence \$5,000 rue Napoléon. Propriétaire: Conseil Municipal. Surintendant: U. W. Rousseau. Architecte: Jules Caron, 21 rue St-Joseph, Trois-Rivières. Entrepreneur général: Pierre Dubois. Cap de la Madeleine. Peinture: Jos Garneau.

Résidence \$5,000 rue St-Joseph. Propriétaire: Conseil municipal. Surintendant: U. W. Rousseau. Architecte: Jules Caron, 21 rue St-Joseph, Trois-Rivières. Entrepreneur général: Albert Gagnon, Cap de la Madeleine. Peinture: P. St-Pierre, rue St-Thomas.

Magasin, Salle publique et bureau \$20,000 rues du Sanctuaire et Notre-Dame. Propriétaire: Isaïe de Grandmont, rue Notre-Dame. Travaux à faire à la journée. Contrat à accorder pour maçonnerie, électricité et plomberie.

Magasins et logements \$12,000, rues St-Joseph et Notre-Dame. Propriétaire: Isaïe de Grandmont, rue Notre-Dame. Travaux à faire à la journée. Contrat à accorder pour maçonnerie, électricité et plomberie.

Résidence \$5,000 rue St-Joseph. Propriétaire: Conseil municipal. Secrétaire-trésorier: Philippe Boulianne. Architecte: Jules Caron, 21 rue St-Joseph, Trois-Rivières. Entrepreneur général: P. Lamontagne, Cap de la Madeleine. Peinture: Jos Garneau.

## ELY NORD

Ecole à l'étude. Secrétaire-trésorier de la commission scolaire: F. X. La-plante, South Durham, P.Q.

## HULL

Agrandissement de l'école St-Jean-Baptiste, \$50,000, rue St-Henri. Propriétaire: La Commission Scolaire. Architectes: Brodeur & Pilon, 63 avenue de l'Hôtel de Ville. Les travaux seront probablement commencés cet été.

Ecole \$45,000, rues Berry, Binet et Durocher. Propriétaire: Commission scolaire. Architectes: Brodeur & Pilon, 63 avenue de l'Hôtel de Ville.

## INVERNESS

A l'étude, école. Secrétaire trésorier de la commission scolaire: Geo. Pelletier.

## LACHINE

Cottage. Propriétaire: H. R. Paterson, 138, 51<sup>ème</sup> avenue. Architectes: Cardinal & Beauchamp, 20 rue St-Jacques, Montréal. Soumissions reçues par architectes sans date de clôture. Plans et spécifications chez les architectes.

Magasin départemental \$30,000. Propriétaire: J. O. Tessier, 118, 10<sup>ème</sup> avenue. Architectes: Cardinal & Beauchamp, 26 rue St-Jacques, Montréal.

## LEVIS

Remise à tramways détruite par le feu, rue Fraser. Propriétaire: Levis Tramway. Gérant: H. E. Weyman, 45 rue Commerciale. Sera reconstruite au printemps. Pertes: \$300,000.

## OUTREMONT

Maison à appartements (9 flats). Coin de la rue Fairmount et de l'avenue de l'Épée. Architecte: J. A. Larue, 74 rue St-Jacques. Soumissions seront demandées par l'architecte vers le milieu de mars.

## QUEBEC

Agrandissement de l'élevateur à grain \$1,000,000. Propriétaire: Commission du Port de Québec. Ingénieur: Geo. Boswell. Secrétaire-trésorier: Chas. Tinish.

## ST-ANDRE D'ACTON

Ecole à l'étude. Secrétaire-trésorier de la commission scolaire: J. A. Dcelles, Acton Vale.

## STE-ANGELE DE LAVAL

2 magasins et 3 logements, \$15,000. Propriétaire: Dr Raoul Doucet. Travaux à faire à la journée. Fournaise, plomberie, agencement intérieur, plancher et quincaillerie non achetés.

Résidence \$6,000. Propriétaire: Emile Poliquin, Chemin National. Entrepreneurs généraux: Trottier, Ville-neuve & Lacroix, rue Lejeune, Trois-Rivières.

## STE-ANNE DE BELLEVUE

Réparations à résidence. Propriétaire: R. Krasner, 46 rue Overdale, Montréal. Les réparations seront faites au printemps. Le propriétaire demande immédiatement prix pour 1,000 briques.

## ST-HYACINTHE

Eglise à l'étude. Propriétaire: Congrégation de la Paroisse. Prêtre: Rév. Frs Langellier. Ce projet sera mis à exécution au printemps.

## ST-JEAN

Fabrique de registres, \$50,000. Propriétaire: Dominion Blank Book Co., Berthierville. Administrateur-gérant: G. A. Savoy, Hôtel Place Viger, Montréal. Architecte: L. W. Bourassa, 107 rue Champlain, St-Jean. Entrepreneur général: P. Trahan, rue St-Jean. Maçonnerie: C. Mailhot, Iberville, P. Q. Contrats à accorder pour toiture en acier, électricité, plomberie, chauffage, plâtrage et peinture.

## STE-PERPETUE

Ecole à l'étude. Secrétaire-trésorier de la commission scolaire: Germain St-Pierre.

## STE PHILOMENE DE FORTIERVILLE

Soumissions demandées pour pont en béton. Propriétaire: Conseil municipal. Ingénieur: I. E. Vallée, Ministère des Travaux Publics, Edifice du

Parlement, Québec. Secrétaire-trésorier: F. Lemay, Ste-Philomène de Fortierville. Soumissions reçues par le secrétaire trésorier jusqu'au 7 mars. Plans et spécifications chez l'ingénieur et le secrétaire-trésorier.

## SAULT AU RECOLLET

2 résidences \$6,000. Propriétaire: L. Clermont, 2508A rue Esplanade. Ce projet doit être exécuté sous peu.

## THETFORD MINES

Garage, rue Notre-Dame. Propriétaire: E. W. Wholet. Plans en préparation.

Garage (Marchands d'autos) \$6,000. Propriétaires: Gagnon & Codère. Secrétaire-trésorier: Alfred Gagnon. Les travaux ne commenceront pas avant l'automne prochain.

Logements \$5,000, rue St-Pierre. Propriétaire: Nazaire Couture.

## VALLEYFIELD

Résidence \$25,000. Propriétaire: L. Chicoine, 140 rue St-Denis, Montréal. Ce projet sera mis à exécution cet été.

## WESTMOUNT

Maison à appartements à l'étude, rue Ste-Catherine Ouest. Propriétaire: S. Bouikind, 673 avenue de l'Hôtel de Ville, Montréal.

Transformation de logements en appartements. Propriétaire: Wm. J. Greer, 4289 rue Dorchester Ouest. Travaux commenceront vers le 1er mai. Propriétaire recevra prix pour maçonnerie, charpente, plomberie, plâtrage, peinture et vitrerie la fin d'avril.



# 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.

## LE MARDI, 1er MARS

prochain, à 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 AVIS AUSSI à tous les juges de paix, coroners et agents de la paix, pour le district susdit, qu'ils aient à s'y trouver avec tous les records.

Le Shérif,

L. J. LEMIEUX.

Bureau du Shérif,  
Montréal, 10 février 1921



Toitures. Ciments.  
Peintures Industrielles.  
etc.  
**Barrett**

Couverture  
caoutchoutée  
Everlastic.

Ciment  
plastique  
à rEMPLACER  
Elastigum.

Creonoid  
(Huile à mou-  
ches) Destruc-  
teur de poux et  
pulvérisé à va-  
ches.

L'HOMME qui achète les produits Barrett les achète ordinairement chez un détaillant. Le détaillant tient ces produits parce qu'il sait qui les fait et ce qu'ils sont. Il sait aussi que la réputation de la Compagnie Barrett dans tout le Dominion, fait sa propre réputation dans la localité et qu'elle augmente ses ventes, ses bénéfices et sa renommée pour la qualité et les prix raisonnables.

Les consommateurs peuvent vous juger, M. le Détaillant, d'après les produits que vous tenez. Les produits Barrett sur votre comptoir leur diront que vous êtes l'homme avec lequel ils tiennent à faire affaire.



Les instruments agri-  
coles ne s'usent pas —  
ils se rouillent. Everjet  
empêche la rouille.

**PEINTURE ELASTIQUE AU CARBONE  
EVERJET**

Une peinture noire au carbone pour les usages industriels. Aucune autre peinture sur le marché canadien n'a jamais joui de la même popularité ni répondu à autant de demandes dans le monde industriel, qu'Everjet qui a été mise sur le marché par nos chimistes, il y a à peine dix ans.

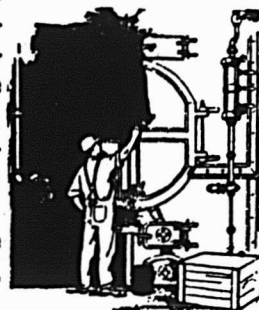
Nous ne fabriquons aucun produit que nous puissions recommander plus complètement. Pour employer sur toutes sortes de bois ou de métal, particulièrement sur des objets soumis à des conditions rigoureuses, à employer sur les chaudières, cheminées, machineries, tuyauteries; de fait sur les ouvrages métalliques de toutes sortes. Elle est également largement employée pour peindre les toitures en métal. Elle résiste avec succès à l'action corrosive des acides, alcalis, fumées et vapeurs et dure indéfiniment malgré les conditions les plus défavorables auxquelles elle peut être exposée.

Elle est largement employée par les grands établissements manufacturiers, les chemins de fer, etc... dans tout le Canada, et elle a été agréée par quelques-uns des ingénieurs les plus éminents.

Emballée en: Boîtes lithographiées de 1 Gallon (caisses d'une douzaine); Boîtes de 5 Gallons; 1/2 barils (environ 20 gallons), barils (environ 40 gallons).



Everjet ajoute des  
années de durée aux  
ouvrages métalliques  
extérieurs.



**Ciment liquide à couverture Everlastic**



**P**OUR refaire la surface des vieilles toitures usées, caoutchoutées ou en feutre goudronné, voici en plein l'article.

Arrive prêt à l'usage, est facile à appliquer et forme une surface unie, résistante et durable qui résiste obstinément

à la moisissure, aux acides, aux alcalis et aux fumées. Ajoute de nouvelles années de service à un toit usagé à peu de frais.

Le ciment liquide à couverture Everlastic forme une classe à part parmi les matériaux de réparation pour couvertures.

WINNIPEG, VANCOUVER, The  
HALIFAX, N. E.

**Barrett**

Company  
LIMITED

MONTREAL, TORONTO,  
ST. JOHN, N. B.

## LES TRIBUNAUX

### JUGEMENTS EN COUR SUPERIEURE

Alex. Greier vs A. R. Gélinas, Montréal, \$232.  
 H. R. Drummond vs Succession Duncan McDonald, Montréal, \$10,942.  
 J. W. Pyde vs W. J. Myerson, Montréal, \$527.  
 Lorenzo Bélanger vs W. T. Rodden, Montréal, A. V. Dewalie, Vaudreuil, Rodden Faril, Vaudreuil, \$444.  
 B. Duchesne vs Albert Payant, Montréal, \$120.  
 La Patrie vs R. Villecourt, Montréal, \$1946.  
 J. P. Abel Fortier Ltd vs Landora Moreney, Mde Arthur Cloutier, A. Cloutier & Cie, Montréal, \$251.  
 J. O. Renaud vs D. Riopel, Montréal, \$194.  
 Strand Paint Shop vs Kashins Theatre Ltd, Montréal, \$500.  
 Legaré Auto & Supply Co., Ltd vs Henri Jodoin, Montréal, \$1100.  
 Gust. Demers vs G. Lespérance, Montréal, \$108.  
 Jos Ward & Co. vs M. Livishitz, Montréal, \$176.  
 Elp. Ethier vs Léon Drouin, Montréal, \$234.  
 Félix Juteau vs Jules Villeneuve, Montréal, \$105.  
 H. U. Clogg vs J. F. Chartier, Ernest Viau, Montréal, \$100.  
 Garage Central Ltée vs J. A. Viau, Montréal, \$668.  
 J. A. Landry vs Herman B. Rokit, nion Architectural Iron Works, Montréal, \$700.  
 Ingersoll Packing Co., Ltd vs W. S. Gordon, Montréal, \$751.  
 McLennan Lumber Co. Ltd vs Ives Modern Bedstead Co., Ltd, Montréal, \$151.  
 MacKay Realty Inc. vs Fred Larocque, Montréal, \$165.  
 Wm. Thuot vs Paul H. Roberts, Montréal, \$109.  
 Standard Silver Co., of Toronto, Ltd, vs J. C. Watson, Montréal, \$102.  
 J. W. Pilon vs J. O. Fournier, Montréal, \$234.  
 Northern Electric Co. Ltd vs Corp. Ville Pointe-aux-Trembles, \$346.  
 C. A. Bullock vs I. Berman, Montréal, \$70.  
 J. W. Fletcher vs Howard F. Harding, St-Hubert, \$280.  
 R. L. deMartigny vs A. Vaillancourt, St-Jérôme, \$175.  
 Legaré Auto & Supply Co., Ltd vs P. E. Guay, Montréal, \$971.  
 Lorenzo Brien vs Roch Brien, Montréal, \$125.  
 Jos Aubin vs Wm. Davies Co., Ltd, Montréal, \$385.  
 Ed. Fournier vs Ferd. Jean, Jonquières, \$152.  
 Succession Olivier Limoges vs Félix Lapointe, Montréal, \$125.  
 Frotheringham & Workman Ltd vs Phillias Charbonneau, Montréal, \$167.  
 Laura Dufour vs Morris Cohen Man Co., Ltd, Bell Dress Mfg., Co., Montréal, \$305.  
 F. Sanché Reg vs Geo. Bernier, Montréal, \$242.

Max Segal vs Peter Braunstein, \$262.  
 Succession Julien Desmarchais vs F. X. Robidoux, Verdun, \$995.  
 Petit & Petit Ltd vs J. E. Clermont, Montréal, \$150.  
 Laporte Martin Ltd vs P. A. Beck, Cap d'Espoir, \$144.  
 J. A. Vaillancourt Ltd vs R. L. Baril, Montréal, \$103.  
 Woo Chong Kee vs Choy Guang Sing, Montréal, \$512.  
 J. Kahn vs C. A. Gareau, Montréal, \$514.  
 I. M. Rubinovitch Ltd vs Geo. Dubreuil, Montréal, \$16.  
 Stelle Satel vs Julius Rost, Montréal, \$100.  
 M. Silverstein & Bros vs I. Harlig, Montréal, \$199.  
 C. A. Lacombe vs E. Simpson, Montréal, \$143.  
 G. Ménard vs Corp. Village Abord à Plouffe, \$350.  
 De Laval Ltd vs J. L. E. Rheault, Omer Fontaine, Montréal, \$651.  
 Pierre Arbour vs J. A. Archambault, Montréal, \$190.  
 Jane Andrain vs H. Lehrer, Montréal, \$178.  
 W. Holdsworth vs Robeau & Gardner, B. A. Robeau, Ben Gardner, Montréal, \$257.  
 A. Pageau vs J. C. Haig, Montréal, \$192.  
 C. A. Sharpe vs D. Sutherland, Lachine, \$132.  
 John Marrazza vs Mike Federico, Montréal, \$246.  
 Ed. Pollak Co., of Canada Ltd vs W. Kervin, Amos, \$287.  
 N. G. Valiquette Ltd vs Prime Turgeon, Montréal, \$135.  
 Mde Eug. Dussault vs P. Chas Girard, Montréal, \$100.  
 John Irwin vs Sam Ginsberg, Montréal, \$214.  
 Sam L. Ogulnik Co. vs L. H. Crombie, Montréal, \$119.  
 G. Bouchard et al vs André Chotin, Julien Daoust, Montréal, \$148.  
 St. Maurice Lumber Co. vs Dom. Iron & Wrecking Co., Montréal, \$1154.  
 Ls Caron vs Rose-Anna Caron, Mde Ben Drolet, \$175.  
 H. Fortier Cie Ltée vs J. J. Joubert Ltd, Montréal, \$24.  
 C. Roch vs A. Lafrenière, Home Family Wet Wash Laundry, Montréal, \$1600.  
 Can. Fur Auction Sales Co., Ltd vs L. P. Lazare & Co., Ltd, Montréal, pour \$160 et \$170.  
 Cléo St-Aubin vs Donat Leduc, Montréal, \$170.  
 Mantle Lamp of Am., vs O. Bélair, St-Lambert, \$252.  
 Mesger & Lederman vs H. R. Nonsittrava, Montréal, \$186.  
 R. Grenier vs L. G. Remington, J. B. Gaboury, Remington Tire Co., Montréal, \$200.  
 Alex. McKay vs J. A. Chaput, Montréal, \$19.  
 Geo. L. Alexander vs Stuart Bowman, Montréal, \$196.  
 Can. Packing Co. Ltd vs St. Hubert People Meat Market, Moses Schlein, Montréal, \$502.  
 Gurney Massey Co., Ltd vs Fred J. Aumais, Montréal, \$240.  
 Théo. Lavoie vs Elz. Leduc, Nap. Legault. Antoinette Daoust, Zotique Leduc, Leduc Daoust & Co., Montréal, \$145.

A. Roy vs A. Beaudoin, Montréal, \$50.  
 B. Trudel vs J. Desmarte, Ste-Anne de C.  
 Montreal Butchers' Supply Co. vs Harry Stavies, Moses Litwin, Drolet Meat Market Prov. Co., Montréal, \$179.  
 Goodwin's Ltd vs W. C. Christmas, Westmount.  
 Pénard, Pierre & Grenier Ltd vs J. E. Archambault, Montréal, \$304.  
 Ernest Beaudoin vs C. P. O. Service, Montréal.  
 Doin. Rubber System of Quebec, Ltd, vs Richard James, Richard James Co., Reg'd, Montréal, \$299.  
 Léa Bourgeois vs James B. O'Reilly, Montréal, \$294.

### JUGEMENTS EN COUR DE CIRCUIT

S. Caplan et al vs Henri Dallaire, \$10.  
 S. Caplan et al vs Alb. Fortier, \$12.  
 Denis Advertising Sign Co. Ltd vs L. P. Hurtubise, \$68.  
 P. M. Beaudoin vs Antoine Brosseau, \$23.  
 W. Paiement vs Téléphore Auger, \$39.  
 L. Richer vs Israel Raymond, \$35.  
 Mde P. A. Bigaouette vs J. Gibson, \$54.  
 A. Payan vs Alb. Tessier, \$72.  
 A. Gitterman & Co., vs S. Doiron, \$23.  
 F. Perreault vs Eug. Courchesne, \$50.  
 H. Malo vs A. Derape, \$22.  
 E. Parent vs Art. Bayard, \$28.  
 S. Caplan et al vs Horace Chaput, \$17.  
 S. Caplan et al vs Harold Moore, \$40.  
 S. Caplan et al vs Aug. Malooin, \$45.  
 S. Caplan et al vs O. Sénécal, \$30.  
 S. Caplan et al vs Jos Lessard, \$23.  
 D. Aronvitch vs Alphonse Charland, \$15.  
 R. Dumont vs G. Jubinville, \$43.  
 Mde Jos Ouellette vs Chs Charette, \$19.  
 H. Archambault vs Barthelemy Ouellette, \$25.  
 N. G. Valiquette Ltée vs Ed. Lajoie et Théophile Guilbault, \$18.  
 G. Robert vs Alex. Bougie, \$31.  
 F. Lévesque vs Edm. Hodgson, \$21.  
 Renaudin Ltée vs Roch Plante, \$14.  
 J. A. Decelles vs A. S. Welton, \$22.  
 M. Girard vs J. A. Hardy, \$68.  
 Mde C. Laurin et vir vs Alb. Martineau, \$15.  
 A. Guertin Ltée vs Alf. Barton, \$34.  
 Montreal Dairy Co., Ltd vs A. Gro-leau, \$38.  
 R. Thouin vs W. Gendron, \$30.  
 J. Duquette vs J. Skelly, \$43.  
 Mde L. Dumesnil et al vs Bernard Lanthier, \$22.  
 R. Emard vs Jos Béland, \$35.  
 L. Ménard vs J. P. Robitaille, \$33.  
 E. Deschesneaux vs Eug. Fontaine, \$84.  
 C. W. Lindsay Ltd vs Moïse Pelletier, \$20.  
 S. A. McEnroe vs S. W. Davies, \$62.  
 M.L.H. & P. Co. vs Basile Caspain, \$61.  
 — vs Chs Lelonde, \$12.  
 — vs Léon Paquin, \$38.  
 J. D. Poliquin vs Art. Cardinal, \$19.  
 N. J. Lacroix vs Emile Foisy, \$25.  
 J. E. Morin vs Harry alias Henry Herman, \$10.  
 J. E. Morin vs Alphonse Myette, \$26.  
 A. Côté vs E. E. Wallace, \$40.  
 J. A. Mireault vs Maxime Segnier, \$10.  
 J. E. Caron et al vs R. N. Sévigny, \$65.  
 Bell Tel. Co. vs P. Toulch, \$16.  
 Bell Tel. Co. vs A. Roy, \$36.

# Vendez la Crème

C'est le produit que vous vendez qui vous procure des ventes.

C'est la crème qui compte pour faire le beurre.

C'EST



## “LE COUP DE PINCEAU MAGIQUE”

qui a révolutionné la teinture des chapeaux de paille, des pantoufles de satin, de la vannerie, etc.

— et c'est maintenant le bon moment de commander votre provision de RAM-CO si vous voulez profiter des premières affaires.

Il n'y a pas de saison ni d'époque spéciale pour RAM-CO. Un carton sur votre comptoir vous prouvera cette assertion.

Ecrivez maintenant. Aujourd'hui.

### A. RAMSAY & SON COMPANY

Fabricants Canadiens de Peintures et Vernis depuis 1842.

Montréal, Toronto, Winnipeg, Vancouver.

(3)

# La chasse au Renard

et aux animaux de toutes sortes est très facile et payante si vous faites usage de

## La Renardicide

La seule et véritable drogue pour donner satisfaction aux chasseurs. N'est pas un poison. En usage depuis plusieurs années par les meilleurs chasseurs de la Baie d'Hudson et du Labrador. Mille témoignages de satisfaction.

Agents et vendeurs demandés.

Boucelle de 1 once . . . . . \$2.50  
— 2 onces . . . . . \$4.50  
plus 15 cent pour le port.

Prix spéciaux pour le gros.

Chaque commande doit être accompagnée du montant. En vente à QUEBEC et à MONTREAL chez tous les marchands de gros et les pharmaciens et à

## La Renardicide, Mistassini, Lac St-Jean, P. Q.

# Des Profits avec le

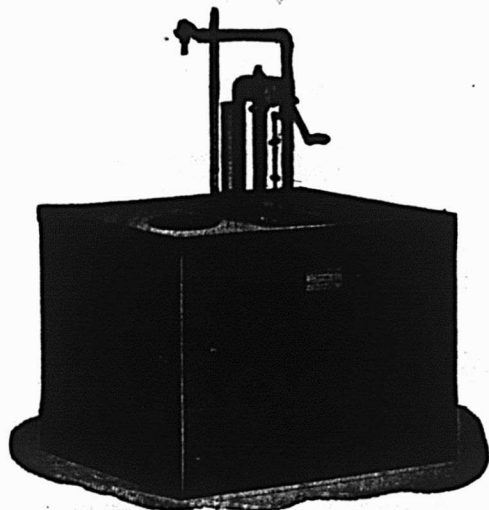


Fig. 19

### INSTALLATION POUR LE PETROLE

Ce modèle No 19 répond parfaitement à vos besoins. La pompe mesure par gallon, demi-gallon ou quart. Ce genre d'appareil est un standard depuis des années et a prouvé maintes fois son incombustibilité et ses qualités de producteur de bénéfices.

Le système Bowser d'emmagasiner de l'huile vous aidera à retirer un bon profit de votre département d'huile.

Il évite la perte, la détérioration de l'huile et la contamination d'un stock précieux.

Il épargne le temps de votre personnel de vente et procure un meilleur service à vos clients.

Il supprime les planchers trempés d'huile et écarte le danger d'incendie.

Le système Bowser est construit pour fournir du service—il est durable et permanent. Il mesure un gallon exactement d'un coup et montre d'une façon précise le montant à faire payer pour chaque quantité distribuée.

## Sans le Bowser, le Profit sur l'Huile est impossible.



Fig. 241

La pompe à gazoline (fig. 241) représentée ci-dessus est bien connue et bien vue des automobilistes de partout. Elle pompe par gallon, demi-gallon, quart ou chopine. Construite avec ou sans lumière électrique. Se ferme à clef. Compte, filtre et mesure la gazoline en la versant directement dans les automobiles. S'emploie avec un réservoir dans le sous-sol.

Demandez-nous notre brochure No 20—Ecrivez tandis que vous y pensez.

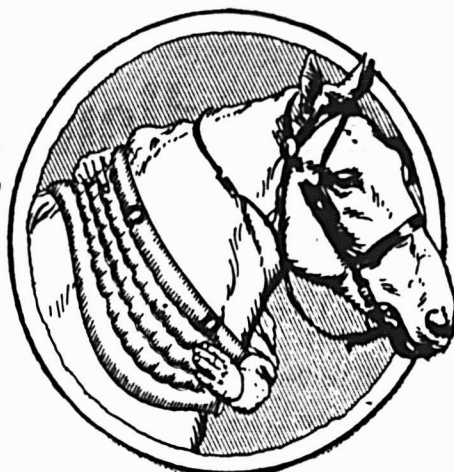
## S. F. BOWSER & COMPANY, Limited

66-68 Avenue Fraser, TORONTO.

Bureaux de vente dans tous les centres. — Représentants partout.

En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant", vous vous assurez un meilleur service.

**TAPATCO**  
BRAND



## Bourrures de Collier

**"Une once de prévention vaut une livre de Remède"**

DES colliers mal ajustés et des bourrures inférieures ont mis bien des chevaux sur la liste des malades avec des écorchures et des meurtrissures.

Un cheval est un actif aussi longtemps qu'il est capable de faire sa part de travail. Un cheval à l'écurie, qui mange du grain et du fourrage coûtant cher, est une charge.

### LES BOURRURES DE COLLIER "TAPATCO"

Brevet Américain, 1er décembre 1914. Brevet Canadien, 6 avril 1915.

**Conservent les chevaux en bon état.**

Elles sont largement employées par les fermiers qui comprennent que l'efficacité des attelages dépend entièrement de l'ajustement et du confort des colliers.

Ecrivez pour avoir le catalogue.

**The American Pad & Textile Co.**  
CHATHAM, ONTARIO.

## Papiers Peints STAUNTON

Tous nos modèles sont en 22 pouces de large. Cette uniformité idéale de largeur permet un bien meilleur développement des dessins de sorte que ces papiers excellent par leurs qualités attrayantes, qu'ils se vendent plus rapidement et inclinent beaucoup plus de gens à retapisser leur demeure.

Nouveaux dessins à effets de cretonne, d'indienne, de tapisserie, de rayures ou unis dans une variété extraordinaire de beauté exquise. Toutes les qualités de papiers peints sont représentées depuis les articles les meilleurs jusqu'aux spécialités du plus beau choix. Bordures droites ou découpées, dans toutes les dernières nouveautés.

LES PAPIERS "SEMI-ROGNES" de STAUNTON. La largeur de ces papiers est partiellement séparée et est facilement enlevée rien qu'en frappant le bord du rouleau sur la table, laissant le papier exactement et parfaitement rogné. Ces papiers épargnent du temps et du travail, sont faciles à poser et suppriment la moitié des ennuis qui accompagnent ordinairement la pose du papier.

Nous vous invitons cordialement à correspondre avec nous.

**STAUNTONS LIMITED**

FABRICANTS DE PAPIERS-PEINTS  
TORONTO

Salles de ventes à Montréal: Chambre No 810  
Edifice Mappin & Webb, 10 rue Victoria.

D. D. McARTHUR.

LA FORCE D'UNE HACHE  
RESIDE DANS SON MANCHE.

# STILL

vous procure un outil de travail plus solide car les MANCHES DE STILL sont faits avec les meilleurs des bois canadiens.

La vente des

## Manches de Still

surpasse de beaucoup celle des autres marques.

Il y a une raison.

Manches de hache, de pic, de masse et de marteau. Manches Cant Hook and Peavie. Cela paie de vendre les Still

**J. H. STILL MFG. CO.,**

ST-THOMAS . . . . . ONTARIO

# C'EST MAINTENANT LE TEMPS DE COMMANDER LES BOCAUX A CONFITURES

Le prix réduit du sucre va stimuler la demande.



BOCAUX  
A  
CONFITURES  
GARANTIS.



COMMANDEZ  
CHEZ VOTRE  
FOURNISSEUR  
EN GROS.



*Achetez pendant que l'assortiment de bocaux est complet*

**DOMINION GLASS COMPANY, LIMITED**  
FABRICANTS.

## Les Outils de Bûcherons de Pink

Les outils Etalons dans toutes les provinces du Dominion, en Nouvelle-Zélande, Australie, etc.

Nous manufacturons toutes sortes d'outils de bûcheron — Légers et de Bonne Durée.

TELEPH. LONGUE DISTANCE No 87

Demandez notre catalogue et notre liste de prix.

Vendus dans tout le Dominion par tous les Marchands de ferronnerie en gros et en détail.

THE

**THOS. PINK CO., Limited**

Manufacturiers d'OUTILS DE BUCHERONS

PEMBROOKE

(ONTARIO)

FABRIQUES AU CANADA



## LA SECURITE DU VOYAGEUR

### Nos LETTRES de CREDIT

Vous dispensez d'emporter, dans vos voyages d'affaires ou dans vos déplacements, de fortes sommes d'argent, toujours exposées dans une certaine mesure à des risques divers, perte ou vol. Elles vous permettent d'obtenir des fonds au fur et à mesure de vos besoins, au cours de votre voyage, sans difficulté aucune. Votre signature, donnée en présence de notre correspondant, établira votre identité et vous servira d'introduction. Nous sommes à vos ordres. Profitez des services de

La plus vieille Banque Canadienne-Française  
**LA BANQUE NATIONALE**

—Fondée en 1860—  
BUREAU CENTRAL: QUEBEC, QUE.  
310 Succursales et Agences au Canada.  
Actif: plus de \$68,000,000.00.  
CORRESPONDANTS DANS LE MONDE ENTIER. (8)

## FEUTRE ET PAPIER

### N'IMPORTE QUELLE QUANTITE

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

Fabricants du Feutre Goudronné  
"BLACK DIAMOND"

**ALEX. McARTHUR & CO., Limited**  
Bureaux et Entrepôts: 82 rue McGILL, MONTREAL  
Manufacture de Feutre pour Toiture:  
Rues Moreau et Forsyth, MONTREAL  
Moulin à Papier: - - - JOLIETTE, P. Q.

## BANQUE PROVINCIALE DU CANADA

DIVIDENDE TRIMESTRIEL No 69.

AVIS est par les présentes donné qu'un dividende de DEUX ET UN QUART POUR CENT (2¼%), étant au taux de NEUF POUR CENT (9%) l'an, sur les actions anciennes et nouvelles entièrement libérées de cette Institution, a été déclaré pour le trimestre finissant le 31 mars 1921. De plus, un dividende d'intérêt au taux de NEUF POUR CENT (9%) l'an, sur les versements faits en acompte sur les souscriptions à la nouvelle émission de capital, a été également déclaré pour le temps couru au 31 mars 1921. Le tout sera payable au Bureau Central de la banque à Montréal et à ses succursales, le ou après le premier jour d'avril 1921, aux actionnaires enregistrés dans les livres le 15 mars 1921.

PAR ORDRE DU  
CONSEIL D'ADMINISTRATION,

Le Vice-Président et Directeur Général,  
TANCREDE BIENVENU.

Montréal, le 25 février 1921.

## LISTE DE PRIX AUX MARCHANDS DU TABAC

### J. W. BOISVERT

ST-BONIFACE, P. Q.

(15 décembre 1920)

No 25, en paquets de 1 lb.	.. ..	\$0.62	la lb.
No 30, " 1 lb. et ½ lb.	.. ..	0.65	"
No 30, " 1/6 lb. .. ..	.. ..	0.75	"
No 35, " 1 lb. et ½ lb.	.. ..	0.67	"
No 40, " 1 lb. et ½ lb.	.. ..	0.75	"
No 40, " 1/7 lb. .. ..	.. ..	0.90	"
No 40, " 1/12 lb. .. ..	.. ..	1.00	"
No 50, " 1 lb. et ½ lb.	.. ..	0.80	"
No 50, " 1/8 lb. .. ..	.. ..	0.97	"
No 60, " 1 lb. et ½ lb.	.. ..	0.85	"
No 60, " 1/9 lb. .. ..	.. ..	1.05	"
No 80, " 1, ½ et ¼ lb.	.. ..	1.00	"
No 80, " 1/5, 1/10 lb.	.. ..	1.15	"
No 100, " 1, ½ et ¼ lb.	.. ..	1.10	"
No 100, " 1/5, 1/11 lb.	.. ..	1.20	"

Moins 10% d'escompte.

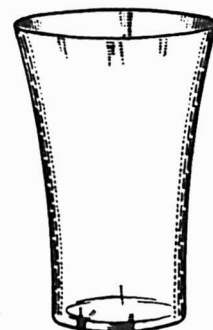
NET 30 JOURS.

Marchandise f. o. b. - ST-BONIFACE.

## VERRES BELMONT

Unis, décorés, taillés et "Optiques".

Prix qui vous aideront à payer les droits de douane et le change.



BELL PLAIN

VOYEZ  
NOTRE LISTE  
VERRES  
A SODA

ESSAYEZ  
UN  
BARIL  
ASSORTI

Nos formes Touraine et courbées dans le haut ou nos modèles "Optiques" à bord cloche pour la Fontaine à Soda.

Entre les visites de notre voyageur, adressez-vous à nous directement.

### The Belmont Tumbler Co.

BELLAIRE, OHIO, U. S. A.

Représentant pour les Provinces Maritimes:  
TORONTO EUROPEAN AGENCY,  
32 Rue Front Ouest, TORONTO.

Représentant pour la Province de Québec:  
M. HENRI DESROSIERS,

Boîte Postale 725, MONTREAL. Téléphone Melrose 1626.

## FINANCES

### LA DIFFERENCE ENTRE UNE OBLIGATION ET UNE ACTION PRIVILEGIEE

Nous apprenons que certains vendeurs habiles qui se sont spécialisés dans la vente aux petits épargnants, profitent de l'énorme publicité faite par le gouvernement pour les divers emprunts de la Victoire ainsi que par les courtiers pour de nombreuses émissions d'obligations, pour vendre des actions privilégiées dans certaines entreprises commerciales ou industrielles en prétendant qu'une action privilégiée comportant un intérêt fixe était la même chose qu'une obligation.

Il y a une vaste différence entre ces deux valeurs et nous tenons à l'expliquer à nos lecteurs afin qu'ils se rendent parfaitement compte de la sûreté que comporte ces deux genres de valeurs.

Une obligation est une reconnaissance que l'obligataire a avancé une somme déterminée à un gouvernement, une province, une ville, une commission scolaire ou même une entreprise industrielle, constituant une dette que l'emprunteur doit rembourser intégralement à une époque fixe, tout en payant jusqu'à l'échéance une compensation, sous forme d'intérêt, pour l'usage de l'argent avancé.

Une action privilégiée ne constitue pas une dette qui doit être remboursée.

En d'autres termes, la propriété représentée par une obligation n'est qu'une seule et unique chose: de l'argent.

L'action privilégiée ou ordinaire n'est qu'un certificat établissant que celui qui la détient légalement est propriétaire d'une proportion indivise de la propriété de la compagnie qui a émis l'action.

Le détenteur d'une action a donné son argent pour acheter un intérêt dans les immeubles, l'outillage, le stock, etc., d'une compagnie. S'il veut ravoir son argent, il lui faut trouver quelqu'un qui soit acheteur pour l'intérêt que représente son certificat d'action.

La seule similitude qu'il y a entre l'action privilégiée et l'obligation, c'est que le taux d'intérêt sur le capital représenté par l'obligation ou l'action est fixe et non sujet à des fluctuations.

THE MONTREAL LOAN & FINANCIAL COMPANY, LIMITED, a obtenu des lettres patentes de la Législature provinciale pour faire le commerce des obligations et autres valeurs. Le fonds social de la nouvelle compagnie est de \$49,900.00 divisé en quatre cent quatre-vingt-dix-neuf parts de cent piastres chacune, avec bureau principal à Montréal.

POUR RESTREINDRE L'AFFLUX DES IMMIGRANTS; Les nouveaux règlements concernant l'immigration exigent que les immigrants appartenant aux classes des ouvriers, des artisans ou des manoeuvres, possèdent \$250 en leur nom propre en sus du prix du transport à leur destination au Canada; ou, si un immigrant est accompagné de sa famille ou d'un membre de sa famille, \$125 pour chaque membre de sa famille au-dessus de 18 ans et \$50 pour chaque enfant au-dessus de 5 ans et au-dessous de 18 ans.

LE GASPILLAGE DANS L'ALIMENTATION; D'après les chiffres fournis par le service de Santé de Montréal, division de l'inspection des aliments, nous constatons que 442 tonnes de marchandises ont été confisquées en 1920, qui se répartissent comme suit:

Boeuf, 33,664 livres; veau, 34,926 livres; mouton, 7,021 livres; porc, 19,028 livres; chevreuil, 1,584 livres; volailles, 3,120 livres; poisson, 133,636 livres; diverses, 8,878 livres; fruits, 32,203 livres; légumes, 17,954 livres; divers, 13,148 livres; glace, 267 tonnes.

LES RESSOURCES FORESTIERES DE NOTRE PAYS; D'après des statistiques récemment établies, il existe aujourd'hui au Canada une quantité de bois de pulpe égale à 901,000,000 de cordes et couvrant une superficie de 350,000 milles carrés. En se basant sur les coupes, conduites actuellement un peu partout, il faudrait 62 ans pour épuiser cette quantité considérable de bois.

LA DETTE DE MONTREAL; La dette consolidée de la ville de Montréal s'établit à \$162.53 par tête, si l'on calcule la population de la métropole à 750,000 comme le veut la compilation officielle des statistiques municipales de la province de Québec. Le chiffre de la dette s'élève au montant de \$121,901,622.

L'IMPOT SUR LE REVENU a rapporté en décembre dernier trois fois plus que durant le même mois de 1919, les chiffres étant:

Décembre 1919: \$3,166,527;

Décembre 1920: \$10,593,296.

THE NORTH AMERICAN TRUST COMPANY OF CANADA; Demande va être faite au Parlement du Canada pour l'incorporation d'une compagnie de fiducie, sous le nom indiqué plus haut, ou sous ceux de Metropolitan Trust Company of Canada ou Scottish Canadian Trust Company of Canada.

LA POPULATION AGRICOLE AUX ETATS-UNIS représente un total de 32,051,635 personnes. Cette population doit subvenir à la nourriture de 54,810,203 autres catégories habitant les cités. C'est-à-dire que 100 agriculteurs sont occupés à produire des vivres pour 420 personnes en dehors d'eux-mêmes.

LES PROGRES DU COMMERCE CANADIEN; En 1880, le commerce total du Canada était de \$149,489,188. Il est de \$2,351,174,896 pour l'année 1920. La récolte du froment, qui était de 32,350,269 boisseaux en 1880, a atteint 193,260,400 boisseaux en 1919 et plus de 200,000,000 en 1920. La valeur des produits ouvrés, qui était de \$309,676,068 en 1881, a atteint \$3,015,577,940 en 1920. Quant à la production agricole du Canada, de 1900 à 1919, elle a passé d'une valeur de \$364,906,866 à \$1,975,841,000.

L'AGRICULTURE EN PREMIERE PLACE; Les produits agricoles occupent la première place dans les exportations canadiennes pour les derniers douze mois, selon le relevé annuel du bureau des statistiques fédérales pour l'année se terminant en janvier 1921. Le total des produits agricoles a été de plus de \$550,100,000 sur un total d'exportation de \$1,235,000,000.

LES CEREALES; Le Bureau des Statistiques d'Ottawa donne comme définitifs les chiffres suivants concernant la récolte du froment et de l'avoine au Canada, en 1920:

Froment: 263,000,000 boisseaux contre 193,260,000 en 1919; avoine: 530,709,000 boisseaux.

On estime la valeur totale de toutes les récoltes au Canada en 1920, à \$1,455,244,000.

## Assurances et Cartes d'Affaires

1870 — 1920

**AUGUSTE COUILLARD**

IMPORTATEUR DE

Ferrermerie et Quincallerie, Verres à  
Vitre, Peintures, etc.

Spécialité: Poêles de toutes sortes.

111-117 Rue St-Paul Est

Voitures: 12 et 14 Rue St-Amable, Montréal

Comme nos voyageurs ne peuvent visi-  
ter toute la province dans le même mois,  
il n'est pas nécessaire d'attendre leur  
visite pour nous envoyer vos commandes.Toutes les commandes reçues par malle  
ou par téléphone, Main 590 auront, com-  
me toujours, notre meilleure attention.Il nous fera toujours plaisir, sur votre  
demande, de vous coter les meilleurs  
prix du marché.**Arthur Brodeur**MANUFACTURIER  
D'EAUX GAZEUSES

SPECIALITES:

Iron Brew	Champagne Kola
Ginger Ale	Cidre de Pomme
Lemon Sour	Eau Minérale
Cream Soda	Fraise
Cherry Cream	Orange
Cidre Champagne	Siphon, Etc.

35 rue Frontenac, TELEPHONE  
LABALLE 268**L'Assurance  
Collective**contribue à développer la bonne  
entente entre Employeurs et  
Employés.Les hommes d'affaires qui s'in-  
téressent à cette méthode me-  
derna de rémunération des ser-  
vices et de protection des em-  
ployés devraient s'enquérir des  
contrats d'Assurance Collec-  
tive émis par la**CANADA LIFE**

ASSURANCE COMPANY

Siège social - - - TORONTO

**P. A. GAGNON, C.A.**COMPTABLE LICENCIÉ  
(CHARTERED ACCOUNTANT)Chambres 215, 216, 217, Edifice  
Banque de Québec  
11 Place d'Armes, MONTREALEnvoyez-nous vos Vœux Vivants  
et vos Oeufs Frais pondus.

PROMPTE REMISE TOUJOURS.

**P. Poulin & Cie, Limitée**29 MARCHE BONNECOURS,  
Montréal.**GARAND, TERROUX & CIE**

Banquiers et Courtiers

48 rue Notre-Dame O., Montréal.

**L.-R. MONTBRIAND**

Architecte et Mesureur,

290 rue St-André, - MONTREAL

**HOTEL VICTORIA**

QUEBEC

H. FONTAINE, Propriétaire

COTE DU PALAIS

Plan Américain \$2.00, \$2.50 et \$4.00  
par jour.**Assurance Mont-Royal**

Compagnie Indépendante (Incendie)

17 rue St-Jean, Montréal

l'hon. H.-B. Rainville, Président,

P.-J. Perrin, Gérant général.

**MECHES (DRILLS)****MORROW**employées dans les grands ateliers où le  
maximum de production est exigé. Essayez-  
les dans votre atelier.**John Morrow Screw & Nut Co., Ltd**  
489 Rue St-Paul Ouest, Tél. Main 8418  
MONTREAL, P. Q.

Essayez d'abord chez votre fournisseur de gros.

Ecrivez pour avoir notre échelle des équivalents déct-  
maux. Elle vous sera utile dans votre atelier.**CANADIENNE — SOLIDE — PROGRESSIVE****BRITISH COLONIAL**

FIRE INSURANCE COMPANY

MONTREAL



ASSURANCES-INCENDIE

AUX TAUX DE L'ASSOCIATION

DES ASSUREURS.

**Nova Scotia Steel & Coal Co.  
LIMITED**

MANUFACTURIERS

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

Grosses Pièces de Forges, une Spécialité

Mines de Fer — Wabana, Terrebonne. — Mines de charbon.  
Hauts-Fourneaux, Four à Réverbère à Sydney Mines, N.-E.—  
Laminiers, Forges et Ateliers de Finition à New-  
Glasgow, N.-E.

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



# ASSURANCES

## CINQUANTE ANNEES D'ASSURANCE-FEU AU CANADA

Les chiffres suivants donnent un résumé de l'expérience des compagnies d'assurance-feu de 1869 à 1919.

Primes reçues en argent . . . . .	\$557,971,971
Primes gagnées . . . . .	\$535,111,024
Pertes encourues . . . . .	\$327,676,803
Dépenses encourues . . . . .	176,863,919
	504,540,722

Profit . . . . . \$ 30,570,302  
 Pourcentage du profit sur les primes en argent . . 5.48%

En 1869, les compagnies et leurs affaires étaient classifiées comme suit:—

	Nombre	Primes	
Canadiennes . . . . .	5	\$ 501,362	28%
Anglaises . . . . .	12	1,119,011	63%
Etrangères . . . . .	2	165,166	9%
	19	\$1,785,539	100%

En 1919, les chiffres sont bien différents:—

	Nombre	Primes	
Canadiennes . . . . .	39	\$ 6,415,838	16%
Anglaises . . . . .	40	20,377,871	51%
Etrangères . . . . .	55	13,237,765	33%
	134	\$40,031,474	100%

Le changement le plus frappant dans ces chiffres comparatifs est la réduction du pourcentage des affaires canadiennes et pour nous en expliquer la cause, nous devons nous en rapporter à l'expérience décourageante des compagnies canadiennes, particulièrement dans les premières années de cette période.

Dans l'année 1877 se produisit la conflagration de St-John qui entraîna une perte d'assurance de plus de \$5,000,000 et une perte de propriété de plus de \$13,000,000. Cette conflagration précipita la ruine de trois des treize compagnies canadiennes qui faisaient alors affaires, et deux autres disparurent en quelques années, après avoir lutté en vain pour leur existence; et ensuite, le nombre diminua graduellement jusqu'en 1896 où il atteignait 5, le même nombre qu'en 1869.

Ce ne fut qu'en 1905, soit vingt-huit ans après la conflagration que le nombre des compagnies canadiennes atteignit celui de 1877, soit 13.

Pendant les cinquante années, 25 compagnies canadiennes ont disparu. De ces vingt-cinq compagnies, cinq

disparurent par liquidation et cancellation ou expiration de leurs contrats et vingt par réassurance. L'expérience des cinq est résumée comme suit:—

Primes . . . . .		\$5,221,840
Pertes . . . . .	\$1,005,023	
Dépenses . . . . .	2,347,610	
		6,352,633

Pertes . . . . . \$1,130,793

L'expérience des vingt autres ressort des chiffres ci-dessous:—

Primes . . . . .		\$22,494,978
Pertes . . . . .	\$16,345,638	
Dépenses . . . . .	13,129,112	
		29,474,750

Pertes . . . . . \$ 6,979,772

Perte totale sur les polices . . . . . \$ 8,110,565

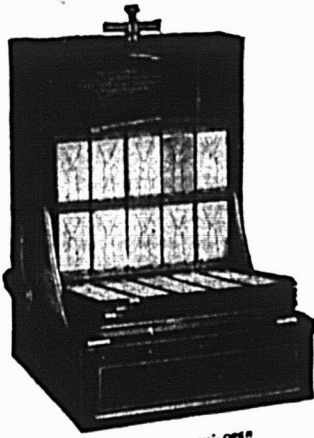
Certaines de ces pertes peuvent avoir été recouvrées par réassurance au moyen de commissions sur les risques en vigueur, mais le montant ne peut en être dégagé des rapports officiels.

Dans le cas de la plupart de ces compagnies, un montant comparativement petit de capital supplémentaire leur aurait permis de passer au travers de la crise et de se rétablir dans le champ d'exploitation de l'assurance, mais cette demande d'assistance n'obtint invariablement aucune réponse. Le profit d'assurance des compagnies canadiennes pendant la période de cinquante ans a été de 0.84 pour 100.

Si nous portons notre attention aux cinq dernières années, nous voyons que les chiffres sont plus encourageants. Les profits d'assurance des compagnies canadiennes y est de 8.37 pour 100 des primes en argent, et pour toutes les compagnies de 8.53 pour 100. Il est cependant évident que le changement sous ce rapport n'est pas suffisant pour attirer le capital dans les affaires d'assurance-feu, du fait des taux élevés d'intérêt qu'on peut obtenir sous d'autres formes de placements.

Une autre évidence de la répugnance du capital canadien à entrer dans le commerce d'assurance-feu se trouve dans le fait que presque toutes les compagnies canadiennes sont contrôlées ou possédées presque entièrement par des compagnies non-canadiennes.

En 1909, des 21 compagnies canadiennes par actions alors en opération, toutes, sauf trois, étaient la propriété de capital exclusivement canadien. Au 31 décembre 1919, soit dix ans après, des trente-trois compagnies par actions possesseurs de licences pour commercer en assurance-feu, seize, soit environ la moitié, étaient possédées ou contrôlées par des compagnies autres que canadiennes et pendant la présente année, trois de plus au moins ont suivi cet exemple, ce qui fait que les compagnies dans ce cas sont, à présent, la grande majorité.



"McCASKEY" OPEN  
"McCaskey" ouvert

## REGISTRE DE CREDIT DE SURETE EN METAL

Protection des comptes contre le feu.

### Le Système McCaskey fait toute la comptabilité --- sans livres.

Comme le montant de chaque achat est rapporté sur le feuillet de vente, vous vous épargnez tout le travail de la tenue de livres, vous augmentez votre collection d'au moins 25%, vous évitez les oublis et les erreurs.

Vous pouvez contrôler et réduire vos crédits, ayant devant vous à chaque instant du jour ce que chaque client vous doit.

Si vous vendez à crédit, car ce système s'adapte à vous et non vous au système, écrivez-nous et nous enverrons un de nos représentants vous expliquer ce système.

**McCASKEY SYSTEMS, Limited - - GALT, Ont.**

J.-E. BEDARD, Gérant Provincial,

21 Rue Cherrier, Montréal, P. Q.



Tous les morceaux de savon à blanchissage ont plus ou moins la même apparence, mais ils diffèrent entièrement quant à la qualité et à la valeur.

Le "SURPRISE" n'est pas autre chose qu'un bon Savon Solide—il n'est pas surchargé d'ingrédients inutiles pour le faire paraître plus gros. C'est la "meilleure valeur en fait de vrai savon".

N'acceptez pas de contrefaçons.

The St. Croix Soap Mfg. Co.

## Mélasses de toutes sortes MELASSE BARBADE SUPER-FANCY



(Marque de commerce déposée)

EGALEMENT

EXTRA FANCY — Mélasse ST. KITTS.

EXTRA FANCY — Mélasse ST. VINCENT.

Mélasse DOMINICAINE JUS DE CANNE DE CUBA

— MONTSERRAT Mélasse A PATISSERIE

— CUBAINE — A ENGRAIS (\*)

— PORTO RICO — BLACK STRAP (\*)

MIEL DES INDES OCCIDENTALES (en vrac)

Nous garantissons toutes nos qualités comme étant absolument pures.

(\*) Ces qualités peuvent être expédiées en wagons-réservoirs.

DEMANDEZ LES PRIX PAR WAGON ENTIER POUR PROMPTE EXPEDITION PRISE SUR NOTRE STOCK.

**Pure Cane Molasses Co. of Canada, Limited**  
MONTREAL, P. Q.

Raccordement direct avec le Télégraphe O.P.R.

# Joseph E. Seagram & Sons, Limited

FABRICANTS DES

"White Wheat"

"Seagram's V. O."

"No. 83"

**Peuvent être obtenus chez tous les détaillants**

Ils font  
des Clients Satisfaits

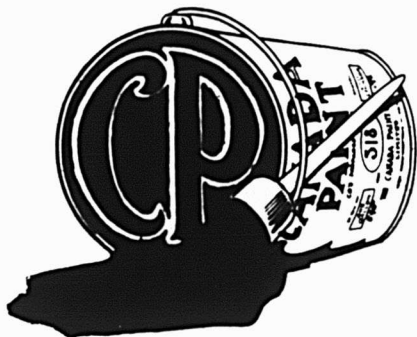
VERNIS  
"SUN"

et

VERNIS à PLANCHER  
"SUN"



Deux excellents vernis de la ligne Canada Paint. Deux produits populaires C. P. qui augmentent les ventes et les profits pour les agents vendeurs C. P. dans chaque localité.



Comme fini durs pour les boiseries intérieures et extérieures, **LE VERNIS "SUN"** est insurpassable tandis que pour les planchers en bois franc, le **VERNIS A PLANCHER "SUN"** procure un superbe fini d'une grande durée.

Il y a une demande croissante pour ces vernis recommandables.

L'agence C. P. vous permettra d'en avoir votre part. Ecrivez-nous aujourd'hui pour avoir des renseignements détaillés sur cette proposition payante.



**THE CANADA PAINT CO.**  
LIMITED

Fabricant du célèbre Blanc de plomb véritable marque "Elephant"  
MONTREAL TORONTO HALIFAX WINNIPEG CALGARY VANCOUVER



# Doublez vos Ventes de Macaroni en 1921

**E**TANT donné que les Canadiens ne mangent pas assez de macaroni — vous n'en vendez pas assez — nous n'en fabriquons pas assez. C'est une perte sur toute la ligne. Comment savons-nous que vous pouvez doubler la vente en 1921? Simple-ment parce que d'autres pays consomment de deux à trente fois autant de macaroni et de pâtes alimentaires que le Canada. Aux Etats-Unis l'année dernière on en a mangé pour une valeur de plus de **cinquante millions de dollars** — soit sept livres par tête — Et le Canada en consomme moins de deux livres et demie par tête.

Nous allons donc profiter de cette année de pratique d'économie, où chaque dollar compte, pour faire comprendre aux ménagères la valeur alimentaire supérieure des produits Catelli—un repas complet—pour la famille—pour quelques sous—en quelques minutes. Nous leur indiquerons les innombrables façons appétissantes de servir le macaroni, le spaghetti et les autres pâtes alimentaires. Nous ferons ressortir le prix modique. Et nous insisterons jusqu'à ce que nous ayons doublé la consommation. Et cela signifie doubler la vente. Cela veut dire doubler vos bénéfices—si vous voulez seulement faire votre part en poussant les produits de macaroni

Catelli. Priez vos employés d'engager vos clients à manger plus de macaroni, spaghetti, vermicelle et nouilles, empaquetés si soigneusement par Catelli. Et nous lancerons en même temps la fameuse sauce Catelli pour rendre le macaroni encore plus facile à servir.

Mettons-nous ensemble pour augmenter les ventes de macaroni et augmenter les bénéfices en 1921.

Un très léger effort de votre part vous donnera de gros dividendes. Nous maintiendrons la qualité et continuerons notre publicité — votre rôle ne consiste qu'à maintenir la vente!



Partout où elle a été présentée la Sauce Catelli pour Macaroni a doublé les ventes.

## La Cie C. H. CATELLI, Limitée MONTREAL

*Le Carême est la Saison par Excellence pour les Pâtes Alimentaires. Gardez votre stock en bon ordre.*