

PRIX COURANT

Boite des Hantes-Bandes
Commerciales
Cote Viger et St-Hubert

"Sauvez la surface et vous
sauvez tout" *Peinture & Vernis*

"Sauvez la surface et vous
sauvez tout" *Peinture & Vernis*

LA LIGNE COMPLÈTE B-H

Pour tout usage auquel
est employé

un pinceau
MONTREAL
BIBLIOTHEQUE

Presque aussi important que la qualité des produits B-H, est le caractère complet de notre ligne.

Il y a un produit garanti convenant à chaque besoin du commerce de peinture.

Il n'est pas nécessaire de courir à droite et à gauche pour avoir la peinture extérieure de telle marque, le vernis ou le blanc de plomb de telle autre — lorsque vous donnez un ordre chez Brandram-Henderson, vous traitez avec une maison qui se spécialise en produits de qualité éprouvée pour tout genre de surface — extérieure ou intérieure. Nous ne nous contentons pas de vous fournir nos marchandises en vous laissant vous débrouiller tout seul pour en disposer — nous les vendons réellement à vos clients au moyen de nos campagnes régulières de publicité.

Ecrivez pour avoir les détails sur notre proposition d'agence—laissez-nous tout vous dire à ce sujet.

BRANDRAM-HENDERSON LIMITED

MONTREAL

HALIFAX

ST-JOHN

TORONTO

WINNIPEG

MEDICINE HAT

CALGARY

EDMONTON

VANCOUVER





AFFICHES qui font faire des ventes

Ci-dessus nous reproduisons les trois premières affiches de notre campagne de 1921. D'autres tout aussi remarquables sont en voie de préparation. Cette campagne couvre tout le Canada, d'un océan à l'autre. Des cartes de vitrines de même dessin que les affiches peuvent être obtenues, et seront envoyées sur demande à tout commerçant.

CHANNELL, Limited
TORONTO



La vente des Semelles d'Autos

Les relations d'affaires doivent être agréables — peuvent être agréables — et incidemment profitables.

La vente des "Semelles d'Autos" Ames-Holden va être une expérience d'affaires agréable pour les détaillants de partout.

Car il y a un grand but derrière le commerce des "Semelles d'Autos" Ames-Holden qui porte en lui les germes d'un nouveau genre de relations entre le fabricant et le détaillant.

Un genre de relations qui demande la confiance mutuelle, exempt des systèmes et des rouages de la bureaucratie, basé sur la plus ferme intention de traiter franchement et équitablement le détaillant tout comme le consommateur.

Les "Semelles d'Autos" Ames Holden, par le service qu'elles donnent — leur millage extraordinaire et leur qualité de confiance — se montrent dignes de la méthode qu'elles ont derrière elles et de la garantie qui les appuie.

Et les ventes — qui augmentent constamment — sont les baromètres infailibles qui indiquent la persistance de la demande du public pour "le millage qui coûte moins cher."

Laissez-nous vous parler des relations agréables qui peuvent exister entre vous et nous-mêmes — des perspectives et des profits qu'il y a à tenir les "Semelles d'Autos" Ames Holden. Ecrivez-nous.

SEMELLES D'AUTOS - - AMES HOLDEN - -

PNEUS CORD ET FABRIC DANS TOUTES
LES DIMENSIONS COURANTES

Fabriquées par

AMES HOLDEN MCCREADY LIMITED

HALIFAX, ST. JOHN, QUEBEC, MONTREAL, OTTAWA, TORONTO, LONDON,
WINNIPEG, REGINA, SASKATOON, EDMONTON, CALGARY, VANCOUVER.

Notre garantie n'a aucune limite de temps ni de millage.

C'est le Principe

qui a été la cause de cette expansion

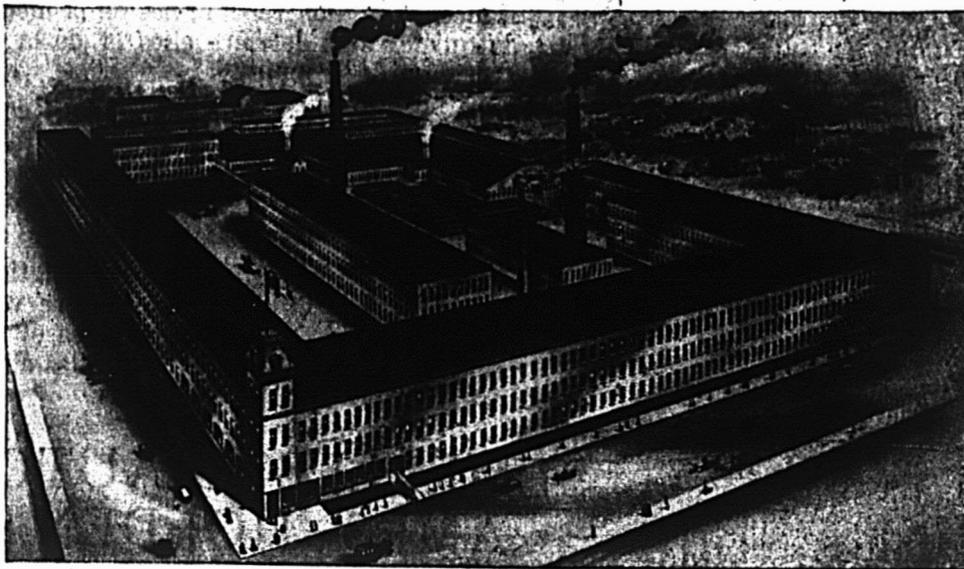


En l'année 1864

Nous nous sommes ardemment efforcés depuis près de soixante ans de mettre à la disposition du public en général une ligne de marchandises que nos agents puissent consciencieusement recommander et libéralement garantir comme un produit du plus grand mérite.

Le Principe essentiel de cette maison, est, d'abord, ensuite et toujours de n'offrir à ses clients que des articles d'un mérite irréfutable et d'avoir toujours présent à l'esprit le bien-être de ses pratiques.

NOUS CHERCHONS A PLAIRE.



En l'année 1920

Notre ligne de poêles, cuisinières et fournaises JEWEL est sans égale.

Nos BALANCES Imperial Standard et Champion Jewel

sont le fruit d'une longue expérience.

Notre fabrique est le foyer de mécaniciens experts.

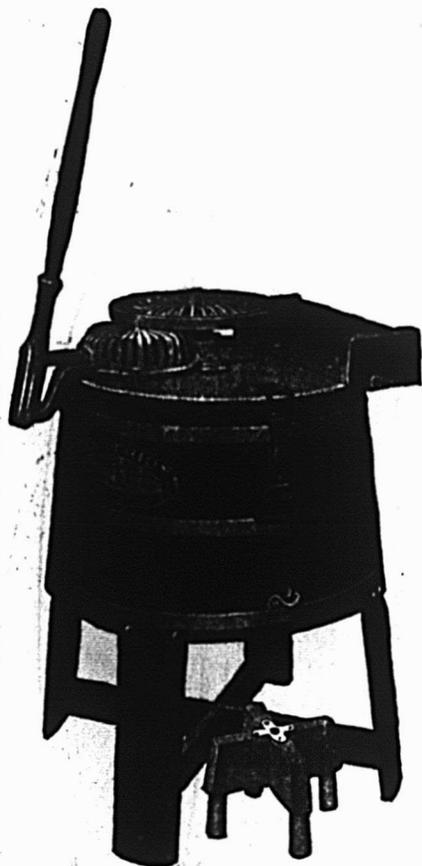
Ecrivez pour avoir nos gros catalogues illustrés.

The Burrow-Stewart and Milne Company, Ltd.
HAMILTON, CANADA.

Représentant pour l'Est:

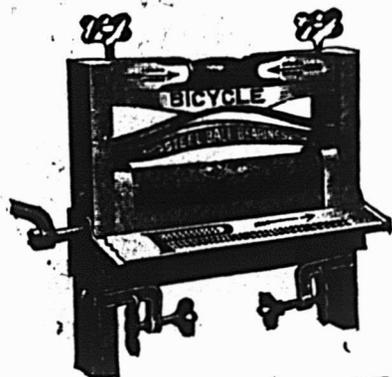
John R. Anderson, 36 rue Saint-Dizier,

Montréal, P.Q.

DEUX
LIGNES**DOWSWELL** DE BONNE
VENTE

La **PATRIOT**, machine à laver, à grande vitesse et mue à la main, a des engrenages mécaniques qui la font marcher facilement et sans bruit. Le baquet est fait en cyprès, fortement cerclé et fini d'une façon attrayante. La lessiveuse est d'un dessin spécial et travaille sans détériorer le linge.

La machine **PATRIOT** fait une si bonne impression dans le magasin qu'elle se vend sans effort.



Le **BICYCLE** est un des tordeurs qui se vendent le mieux au monde. Les rouleaux ont 11" de long et sont garantis pour trois ans pour usage de famille. Ce tordeur a des roues dentées recouvertes, des roulements à billes et un cadre en érable dur.

Les machines à laver et tordeurs **DOWSWELL** ont donné satisfaction depuis trente-cinq ans. Demandez la brochure donnant l'assortiment complet.

**Votre courtier en a en stock pour
prompte expédition.**

Dowswell Lees & Co., Ltd.

HAMILTON, ONTARIO

ACCESSOIRES "Gutta Percha"

CHAMBRES A AIR "GUTTA PERCHA"

Ces chambres à air sont faites par le procédé de laminage du meilleur matériel qu'on puisse obtenir.

PIECES POUR ECLATEMENT "GUTTA PERCHA"

Ces pièces ont une doublure disse et les bords sont bisautés pour empêcher la chambre à air d'être éraillée ou pincée.

DOUBLURES "GUTTA PERCHA"

Pour renforcer les points faibles dans une enveloppe usée. Elles ajoutent des milles à la durée d'un pneu et évitent pratiquement les éclatements.

PATINS LACES "GUTTA PERCHA"

Empêchent les coupures ou brisures de s'agrandir jusqu'à ce qu'une réparation définitive puisse être faite.

WELDACUT "GUTTA PERCHA"

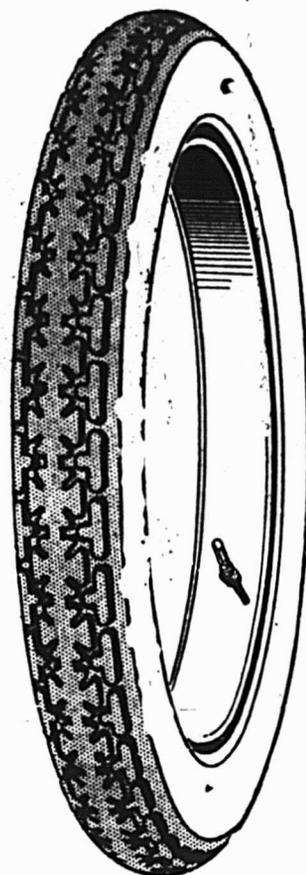
Pour boucher d'une façon permanente les petites coupures dans les pneus, ce qui empêche l'humidité de pourrir le tissu.

POUDRES DE TALC
CAOUTCHOUCS POUR
PEDALES
TUYAU POUR
RADIATEUR
PIECES SANS CIMENT
TAPIS DE MARCHE-
PIED.

"GUTTA PERCHA"

Pneus "GUTTA PERCHA"

Les pneus Cord et Fabric "Gutta Percha" par suite du service extraordinaire qu'ils ont donné en 1920, ont gagné l'estime du public automobiliste. Un service satisfaisant continu et l'emploi d'une publicité énergique d'une côte à l'autre ont créé une augmentation de demande pour ces pneus, M. le Détaillant. Avez-vous déjà commandé votre stock?

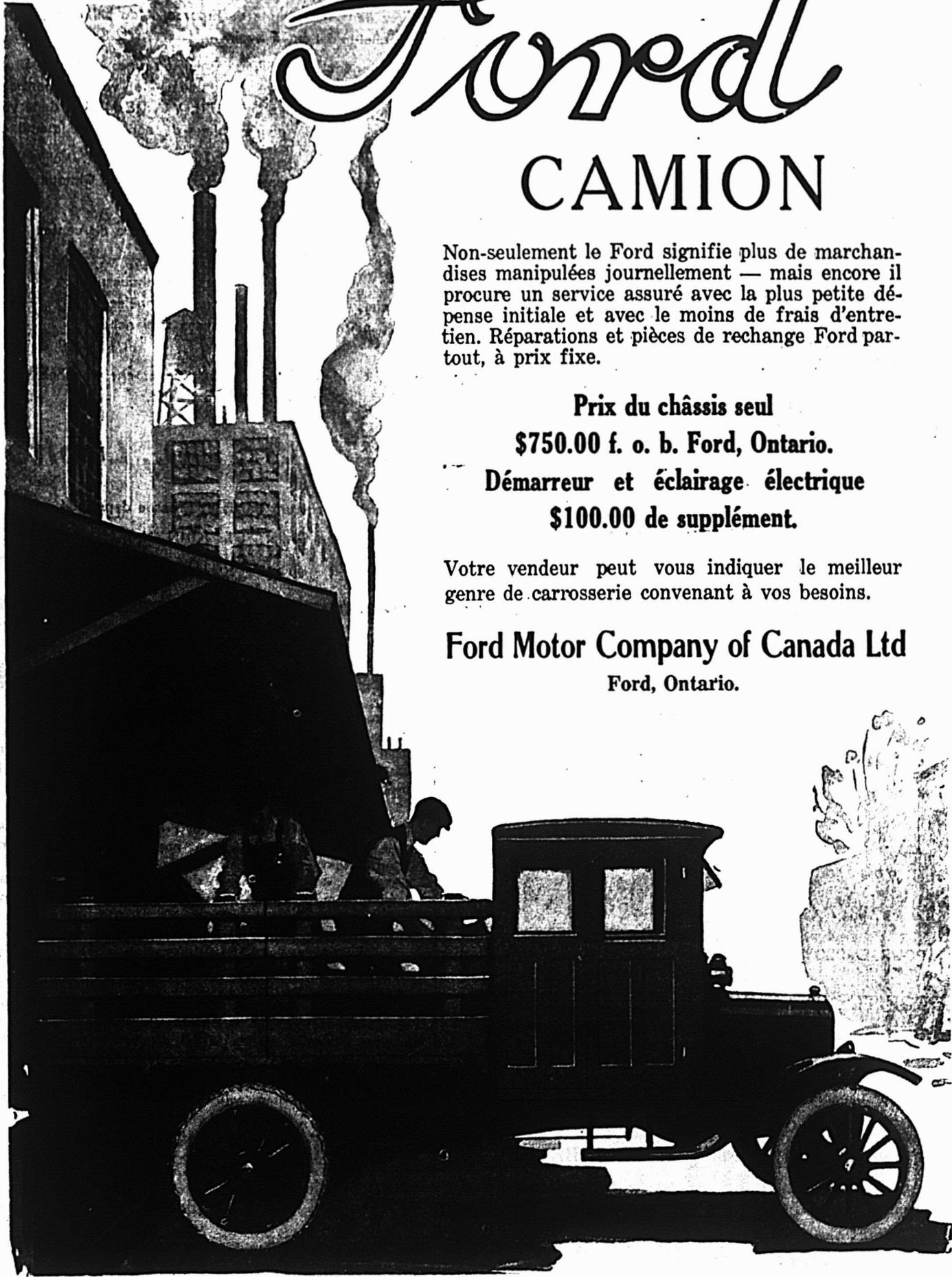


Les pneus et accessoires "Gutta Percha" sont bien connus pour leur qualité. Ils ne demandent que peu d'effort de vente et chaque vente vous procure l'estime du client. Il y a des bénéfices appréciables sur nos lignes et nous soutenons le détaillant par une bonne publicité.

Gutta Percha & Rubber, Limited

Siège Social et Usine: Toronto.

Succursales: Halifax, Montréal, Ottawa, Fort William, Winnipeg, Regina, Saskatoon, Calgary, Edmonton, Lethbridge, Vancouver, Victoria.



Ford

CAMION

Non-seulement le Ford signifie plus de marchandises manipulées journallement — mais encore il procure un service assuré avec la plus petite dépense initiale et avec le moins de frais d'entretien. Réparations et pièces de rechange Ford partout, à prix fixe.

Prix du châssis seul

\$750.00 f. o. b. Ford, Ontario.

Démarrateur et éclairage électrique

\$100.00 de supplément.

Votre vendeur peut vous indiquer le meilleur genre de carrosserie convenant à vos besoins.

Ford Motor Company of Canada Ltd

Ford, Ontario.

Une brosse ou un Balai pour tous les usages



Vous trouverez dans notre ligne de brosses et de balais exactement ce que votre clientèle tient à avoir.

Lorsque vous vendez un Meilleur Balai ou une Meilleure Brosse SIMMS, vous faites une vente profitable — et vous démontrez à votre cliente que vous vendez CE QU'IL Y A DE MIEUX dans votre ligne, et qu'elle reçoit la pleine valeur de son argent quand elle achète à votre magasin.

Cette clientèle reviendra encore acheter chez vous. Chaque produit de Simms fait faire des ventes répétées.

Prenez en stock cette ligne de producteurs de ventes de SIMMS

Brosses,	Brosses à chaussures
Petits balais,	Brosses à poêles,
Pinceaux à peinture,	Brosses à plancher,
	Blaireaux.

Adressez-vous à notre succursale la plus proche de chez vous pour avoir nos prix, etc.

T. S. SIMMS & CO., Limited

Fabricants des Meilleurs Balais et Brosses depuis 54 ans.

Siège Social: ST. JOHN, N.-B.

MONTREAL

TORONTO

LONDON

Quelque chose de nouveau
et un Produit du Canada.

PEINTURE
"IDEAL" A L'EAU FROIDE
DE

RAMSAY

POUR EMPLOYER A L'EXTERIEUR ET A L'INTERIEUR.

**PROFITEZ-EN PENDANT QUE VOS CHANCES
SONT BONNES.**

Vous n'avez à mettre en stock que six couleurs et le blanc, et vous êtes à même d'offrir à vos clients au moins 30 teintes pour leur usage.

CE QUI SIGNIFIE POUR VOUS:

PETIT CAPITAL - GROS BENEFICES

Ecrivez-nous pour avoir un échantillon avec détails ou demandez à nos distributeurs ou à nos représentants.

A. RAMSAY & SON COMPANY

Fabricants de peintures et vernis depuis 1842.

MONTREAL.

TORONTO

WINNIPEG

VANCOUVER

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

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 incitent 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 marchés jusqu'aux spécialités du plus beau choix. Bordures droites ou découpées, dans toutes les dernières nouveautés.

LES PAPIERS "SEMI-ROGNES" de STAUNTON. La moitié 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.



RECHERCHEZ TOUJOURS
LA MARQUE DE FABRIQUE

'TIGER'

ELLE SIGNIFIE

"ABSOLUMENT PUR"

Le blanc de plomb marque "Tiger" possède un corps exceptionnellement épais et une grande capacité de couverture, travaille facilement sous le pinceau et donne une couche égale et uniforme.

Nous garantissons sa pureté chimique et l'absence de toutes substances cristallines. C'est le plus économique qu'il y ait sur le marché et il porte en outre le cachet du gouvernement du Dominion—
"absolument pur".

La marque "Tiger" est le Standard Canadien reconnu pour le blanc de plomb.

MANUFACTURE PAR

The Steel Co. of Canada, Limited

MONTREAL.

Pour obtenir des ventes rapides, continues et profitables par les

Courtiers et marchands de quincaillerie

Pour obtenir une coupe rapide de précision et une plus grande production dans

les ateliers mécaniques et les usines

Employez les Outils Butterfield

Les outils Butterfield ont quarante ans d'expérience derrière leur qualité; quarante ans d'améliorations au fur et à mesure que la science et la fabrication ont progressé; quarante ans d'essai et d'épreuve par les ateliers mécaniques et les usines; quarante ans de bonnes ventes et de bons profits dans les rayons d'outillage des

magasins de quincaillerie et quarante ans de service satisfaisant qui a établi la confiance des consommateurs et en a fait des clients fidèles pour les quincailliers.

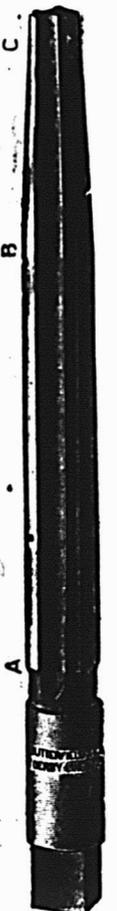
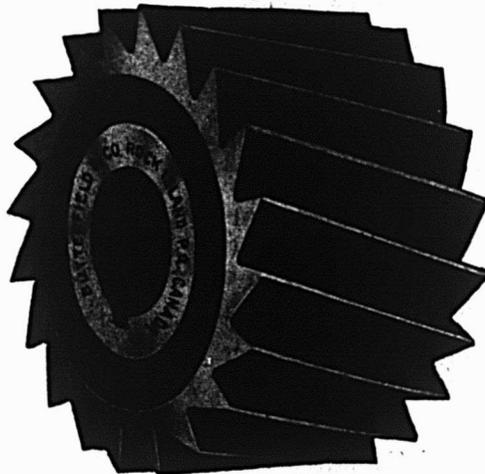
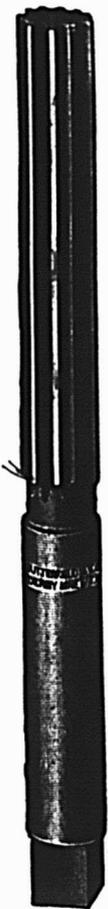
Vous pouvez mettre ces quarante ans au service de votre magasin.

Butterfield & Company, *Division*

Union Twist Drill Company,
Rock Island, P. Q.

Représentants à l'étranger:

Grande-Bretagne: Geo. H. Alexander, 83-84 Coleshill St., Londres, Angleterre; France, Italie, Belgique et Suisse: Fenwick Frères, 8 Rue de Rocroy, Paris, France; Suède, Norvège et Danemark: Alb. Sigfr. Anderson & Co., Malmo; Espagne: Casamitjana Hermanos, Barcelone; Japon: Abe-Kobe! & Co., Yokohama; Grèce: Stephen C. Stephanson, 11 Rue Lycourgan, Athènes; Pays-Bas: Wynmalen & Hausman, Rotterdam; Australie: H. R. Richardson, 82 Pitt St., Vickery's Chambers, Sydney; Amérique du Sud: Charles Dreyfus, B. Mitre, 785, Buenos Aires, République Argentine; Afrique du Sud: H. Parker Wood, Cape Town, Durban et Johannesburg.



BUTTERFIELD



Le peintre Luxeberry dit :

“On dit que le monde reçoit la plupart de ses impressions par les yeux. Il y a en cela beaucoup de vérité et c'est la raison pour laquelle l'étiquette de Berry Brothers donne instinctivement l'impression de la perfection en vernis, émaux et teintures.”

Les produits “Berry” ont prouvé leur haute qualité depuis 1858 et s'est pourquoi leur étiquette est un vendeur efficace.

BERRY BROTHERS ^{INC}
World's Largest Makers
Varnishes and Paint Specialties

WALKERVILLE, - - - - - ONTARIO.
29 Rue Latour, - - - - - MONTREAL.

“Sauvez la surface et vous
sauvez tout” *Peinture et Vernis*

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

POMPE FOULANTE “OMEGA”

SANS FRICTION, A DOUBLE ACTION

La pompe “Omega” est une pompe foulante, d'une manoeuvre facile et de prix modéré. Cette pompe n'a pas de cylindre, pas de plongeur de cuir, et le sable ne peut l'endommager. L'aspiration et la décharge sont faites pour s'ajuster sur tuyau de fer.

La gravure ci-contre représente la coupe de la pompe montrant les pièces de manoeuvre. Remarquez comme ces pièces sont peu nombreuses. Pas de pièces qui s'usent.

Chaque marchand devrait avoir une de ces pompes pour la démonstration. Il suffit de la montrer pour faire une vente certaine.

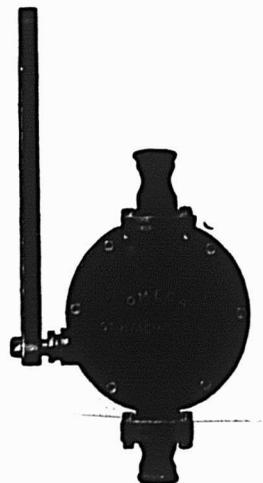
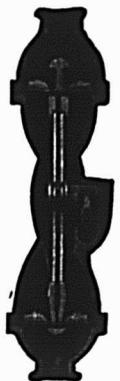
La pompe “Omega” se recommande de préférence à la pompe allemande à ailettes spécialement pour les puits artésiens.

No 3, capacité par heure, 400 gallons.
No 4, capacité par heure, 425 gallons.
No 6, capacité par heure, 975 gallons.

Si votre fournisseur ne peut vous la procurer adressez-vous directement à

LA
MACHINERIE OMEGA
LIMITEE

ST-HYACINTHE, P. Q.





Livingston

Spécifiez la Marque d'Huile de Lin qui a prouvé ses qualités recommandables

Ne dites pas: —“La base de cette peinture est l'huile de lin, mais bien de l'huile de lin marque Livingston” et soyez sûr que c'en est.

L'Huile de lin marque Livingston a prouvé ses qualités recommandables depuis plus d'un demi-siècle et toute peinture qui est faite sur la base Livingston peut supporter l'épreuve et défier les éléments.

*Le Baril bleu est la
marque extérieure
de la qualité inté-
rieure.*



*La marque Living-
ston : Le genre
qu'employait votre
grand-père.*

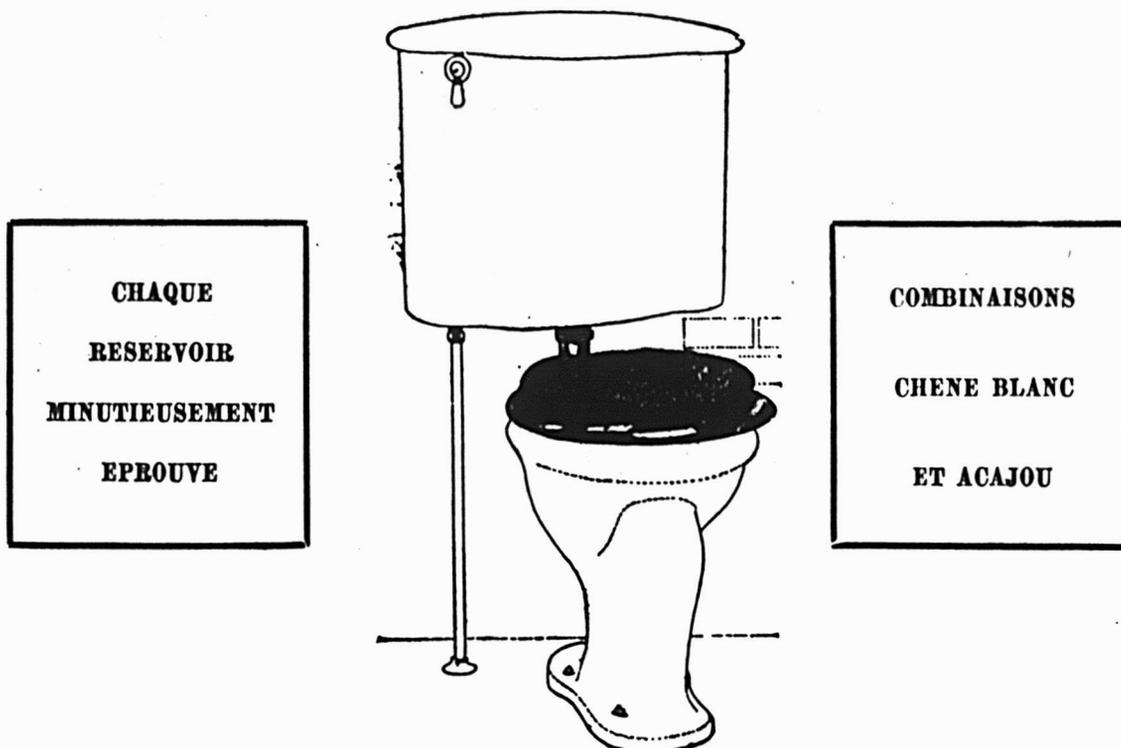
The Dominion Linseed Oil Company, Limited

BADEN

MONTREAL

TORONTO

WINNIPEG



Les bénéfiques Vitro et les Réservoirs Vitro sont inséparables

Le réservoir Vitro a procuré une satisfaction durable à des milliers de propriétaires et des milliers de dollars aux plombiers Canadiens parce que—

Le Vitro est un réservoir "Sans Trouble" — fait d'un bout à l'autre, intérieurement comme extérieurement, pour éviter le trouble au consommateur et au plombier.

Vitro est le nom d'un réservoir complet — accessoires compris — et non pas seulement le matériel

dont le réservoir est fait. C'est un nom qui a conquis la confiance du public parce qu'il a établi un modèle type pour l'achat de réservoirs. C'est un nom qui représente un plus grand bénéfice pour le plombier, parce qu'un réservoir Vitro n'a pas besoin de mise au point.

Dans tous vos travaux, ayez en vue la satisfaction de l'acheteur aussi bien que le vôtre, et votre choix tombera invariablement sur le réservoir Vitro "sans trouble".

FAIT EXCLUSIVEMENT EN CANADA PAR

GALT BRASS COMPANY, LIMITED

Galt - Canada.

Réservoirs SANS TROUBLE Vitro

SOUVENIR

POELES ET CUISINIÈRES

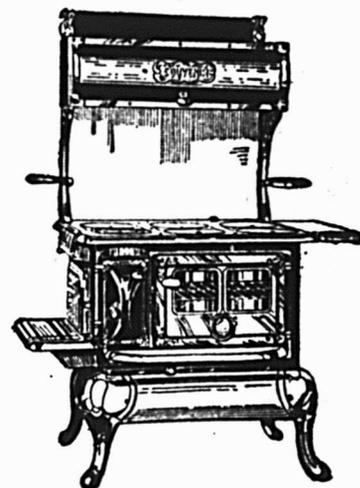
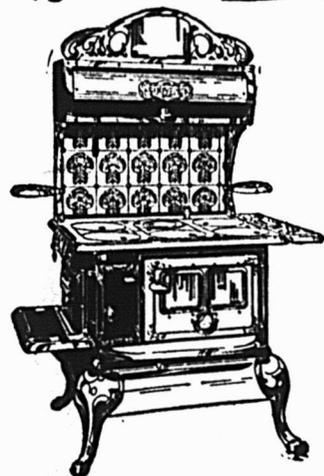
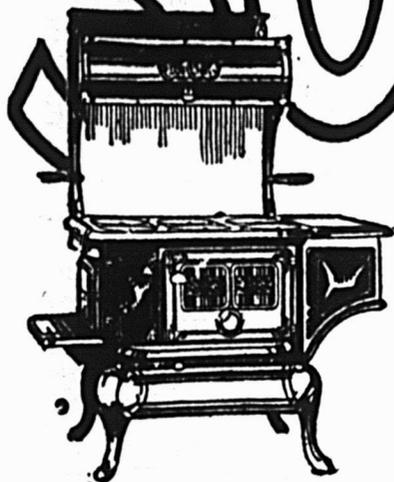
Le choix de la ménagère
depuis soixante-quinze ans.

Nous invitons cordialement tous les détaillants qui visiteront la Convention de la quincaillerie, à visiter nos salles d'exposition pour y voir la ligne moderne d'articles que nous fabriquons.

En outre de nos poêles et cuisinières, nous exposerons également une ligne complète de ferronnerie de construction et la fameuse fournaise à air chaud New Idea—avec ou sans tuyau.

Si vous n'avez pas l'intention de venir à la Convention, écrivez-nous pour avoir le catalogue de n'importe quelle ligne qui vous intéresse et demandez-nous de vous parler de notre proposition d'agence exclusive.

**TOUS NOS ARTICLES SONT VENDUS
AVEC GARANTIE.**



THE HAMILTON STOVE & HEATER CO., LIMITED
SUCCESEURS DE

GURNEY, TILDEN & CO., LIMITED, HAMILTON, ONT.

VANCOUVER.

WINNIPEG.

MONTREAL.

75 ans de succès dans la fabrication

REPRESENTANT A MONTREAL:

M. CHARLES NICOLL, 614 Rue Aylmer, Montréal.
VANCOUVER — 1073 Hamilton St., Vancouver, C. B.
WINNIPEG — 134½ Higgins Ave., Winnipeg, Man.



Glidden Donne la Touche Finale

Donner la touche finale à des intérieurs luxueux exige non seulement l'habileté du maître peintre, mais réclame également l'emploi de matériaux de la plus haute qualité.

Le maître peintre expérimenté peut avoir notre confiance pour le choix du fini convenable — son choix est guidé par une longue expérience. Et le fait que les finis Glidden sont si fréquemment choisis mon-

tre l'évidence de la qualité Glidden. Les peintres connaissent leurs merveilleuses qualités et leur valeur indiscutable.

Identifiez-vous avec les produits Glidden et récoltez les bénéfices de la réputation Glidden. Vous trouverez un prompt empressement chez les peintres pour les produits Glidden. Ecrivez aujourd'hui pour avoir la proposition aux détaillants.

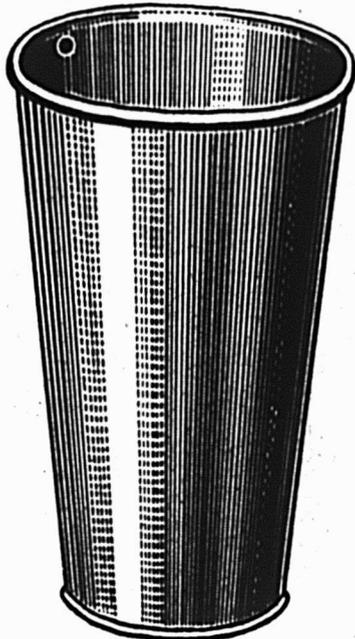
THE GLIDDEN COMPANY LTD, TORONTO, Ont.

Succursales à Montréal et Winnipeg.

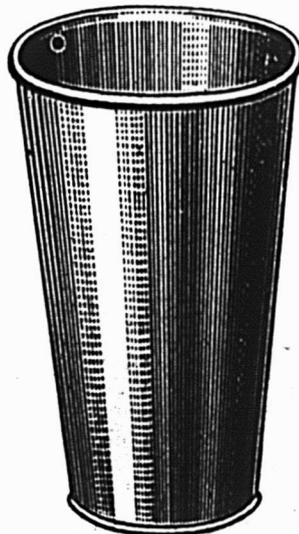
GLIDDEN

EVERYWHERE ON EVERYTHING

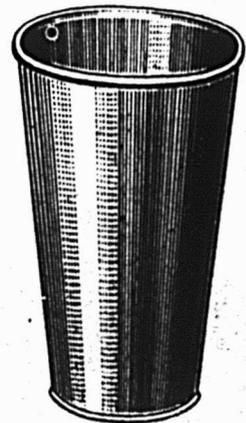
Seaux à Sèves



2 gallons
mesure Impériale.



1½ gallons
mesure Impériale.



1 gallon
mesure Impériale.

Faits en fer-blanc clair.
Faits en fer-blanc terne.

Aussi Chalumeaux à Sève
“PERFECTION”

Donnez vos ordres dès maintenant afin d'avoir votre provision prête
pour la demande extraordinaire.

McClary's

The McClary Manufacturing Company

23 RUE WELLINGTON,

MONTREAL.

CANADA
FOUNDRIES & FORGINGS
LIMITED

TOUT HOMME A QUI VOUS
VENDEZ UNE HACHE SMART



SERA TOUJOURS VOTRE AMI

Usines James Smart

 Brockville

Canada 



Il frappe les Yeux du Client

Un Coffret-Echantillons (Merchandizer) de Bougies d'Allumage Champion, bien en vue sur votre comptoir, dans votre vitrine ou sur votre étagère, indique à l'automobiliste que vous avez un service bien organisé en Bougies d'Allumage. Il vous fait bénéficier de la réputation des Champions. Il vous permet de donner à vos clients le genre de service qui les attache à votre magasin. Il vous permet de tenir votre stock en bon ordre et en bon état.

L'index sur le Coffret indique la Bougie qui convient à chaque client.

Offre Gratuite aux Agents

Nous serons heureux de vous envoyer un de ces superbes Coffrets (Merchandisers) avec une commande de trois différents assortiments de Bougies d'Allumage Champion. Vous pouvez vous adresser à votre courtier ou directement à nous si vous désirez plus de détails.

Champion Spark Plug Co. of Canada, Limited

Windsor, Ontario.

 **Champion**

Les Bougies de Confiance

Le Service que le PRIX COURANT donne à sa clientèle

En ces jours de rajustement des conditions économiques du pays, il est de la plus haute importance qu'un marchand se tienne au courant des changements de prix, des lois et règlements affectant le commerce, ainsi que les nombreuses autres questions qui ont une portée directe ou indirecte sur les affaires.

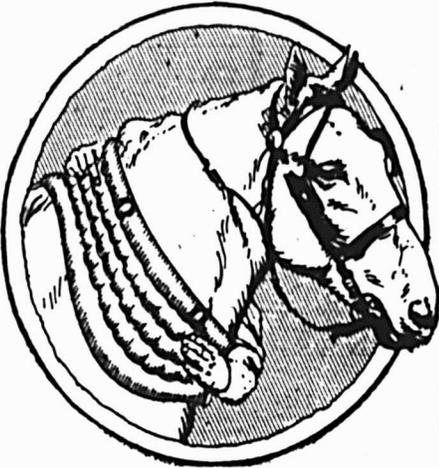
LE PRIX COURANT est le véritable guide du marchand — il publie des renseignements qui lui permettent de conduire son commerce avec succès — il l'avise des changements de prix, des lois et règlements nouveaux — en un mot, sa lecture évite au détaillant maints faux pas dont les conséquences peuvent être désastreuses.

**LISEZ ATTENTIVEMENT VOTRE
NUMERO DU PRIX COURANT**

c'est le guide le plus sûr que vous puissiez suivre.

De plus, si en aucun temps, vous désirez des renseignements sur une question spéciale, n'hésitez pas à vous adresser au PRIX COURANT par lettre et vous recevrez une réponse satisfaisante dans le plus bref délai possible.

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.**

Table Alphabétique des Annonces

<p>A</p> <p>Ames Holden McCready . . . 3 American Pad & Textile 20 Assurance Mont-Royal . 80</p>	<p>C</p> <p>Canada Paint . Couverture Canadian National Carbon 26 Canadian Salt 75 Canada Foundries 17 Couillard, A. 80 Connors Bros 77 Clark, Wm. 77 Côté & Lapointe 80 Channell Limited Couverture</p>	<p>F</p> <p>Fontaine, Henri 80 Ford Motor 7 Frost Steel & Wire . . . 24</p>	<p>Macdonald, W. C. 67 Montreal Biscuits Co. . . 76 Morrow Screw & Nut Co. 23 McClary 16 McArthur Irwin Couverture</p>
<p>B</p> <p>Barrett 69 Banque d'Hochelaga . . . 78 Barnett 22 Banque Molsons 78 Banque Nationale 78 Banque Provinciale . . . 78 British Colonial Fire . . . 80 Brodeur, A. 80 Brandram-Henderson, Couverture Burrow Stewart Milne . . 4 Butterfield & Co. Que. . 10 Brodie & Harvie 72 Boisvert 75 Berry Bros 11 Belmont Tumbler 75</p>	<p>D</p> <p>Dom. Linseed Oil 12 Duffy, J. J., & Co. 76 Doswell Lees 5 Dennis Wire 22</p>	<p>G</p> <p>Gagnon, P. A. 80 Galt Brass 13 Garand, Terroux & Cie . 80 Georgia Turpentine . . . 24 Glidden Varnish 15 Gutta Percha Rubber Co. 6</p>	<p>N</p> <p>Nova Scotia Steel Co. . . 80</p>
	<p>E</p> <p>Eddy, E. B., & Co. 76 Eclipse Mfg Co. 70</p>	<p>H</p> <p>Hamilton Stove & Heater Co., Ltd 14 Hébert, L. H. 80 Hobbs 21</p>	<p>O</p> <p>Omega Machinery 11</p>
		<p>I</p> <p>Imperial Tobacco 27</p>	<p>P</p> <p>P. Poulin & Cie Ltée . . 80</p>
		<p>L</p> <p>Laporte, Martin Ltée . . . 64 Leslie & Co., Ltd 23</p>	<p>R</p> <p>Ramsay & Son 8</p>
		<p>M</p> <p>Mathieu (Cie J. L.) 75 McArthur, Alex. 78 Montbriand, R. 80</p>	<p>S</p> <p>Salada Tea 60 Steel Co. 9 Stauntons, Ltd. 8 Simms & Co., T. S. . . . 8 Still Mfg. Co. 11 Steel Trough & Co. . . . 22</p>

VITRERIE

Générale pour Construction.

Toutes pesanteurs : simple-épaisseur double-épaisseur, 26 onces, 34 onces et 39 onces.

Nous avons en stock ou manufacturons : Glaces, glaces biseautées, miroirs, verres ouvragés, plombés ou armés.

Nous avons toujours en mains : pare-brises et lentilles de phares pour automobiles.

Toutes commandes expédiées promptement.

Gratuitement, sur demande, nous nous empresserons de vous faire parvenir nos catalogues et listes de prix.

Téléphonez, télégraphiez ou écrivez-nous pour tout ce qui tombe dans nos lignes.

Nous nous spécialisons dans les vitraux religieux et commémoratifs.

HOBBS MANUFACTURING
COMPANY, Limited

MONTREAL,

LONDON,

TORONTO,

WINNIPEG.

Le Black Diamond pour couper

Quand vous achetez une lime, vous achetez un article pour couper. Pour avoir la meilleure valeur pour couper, achetez les "Black Diamonds". Fabriquées depuis 1863 en une qualité standard de lime qui a obtenu les plus grands honneurs aux expositions aussi bien qu'à l'atelier.

Deux simples pas suffiront pour vous donner un meilleur limage, à moins que vous ne vous serviez déjà de Black Diamonds. Notre catalogue est envoyé gratuitement sur demande. Un essai à l'atelier ne vous coûtera rien et vous donnera des résultats convaincants.

Black Diamond File Works

G. & H. Barnett Company 1078 Frankford Ave. Philadelphia, Pa.

Owned and Operated by Nicholson File Co.



Armoires

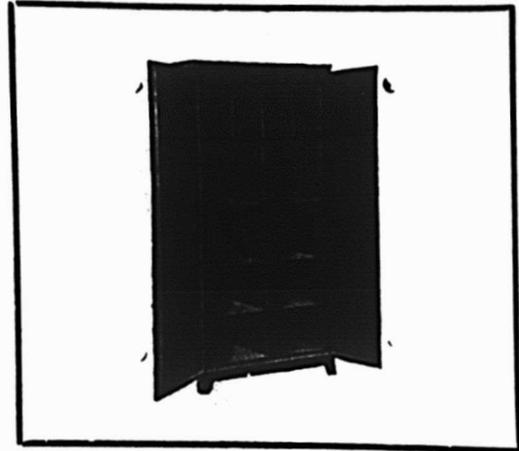
Meubles

DENNISTEEL

Faites en Canada.

Les armoires offrent un moyen privé et sûr pour contenir les effets personnels de vos employés.

Les meubles à matériel économisent la place, sont à l'épreuve de la poussière et conviennent spécialement pour ranger la papeterie, les dessins, etc.



Tous les produits Dennisteel sont à l'épreuve du feu

NOUS FABRIQUONS EGALEMENT

Des coffres-forts en acier pour habitation, des rayons en acier, des coffres en acier, des cloisons en acier pour W.C., des chaises en en acier, tabourets, etc.

Fer et bronze ornemental.

Ouvrages en fil de fer de toutes sortes pour le commerce.

Ferronnerie générale pour construction.

ECRIVEZ POUR AVOIR LES PROSPECTUS.

HALIFAX,
MONTREAL,
OTTAWA,
TORONTO,

THE DENNIS WIRE AND IRON
WORKS CO. LIMITED

LONDON
CANADA

HAMILTON,
WINNIPEG,
VANCOUVER,
CALGARY.

RESERVOIRS A GAZOLINE

Pour emmagasinage souterrain de la gazoline. (Avec tous accessoires appropriés)



Un réservoir de haute qualité complètement soudé à l'acier, ce qui le rend pratiquement d'une seule pièce. Peint à l'extérieur avec de la peinture noire anti-rouille et à l'épreuve de l'acide. Ils sont pratiquement à l'épreuve de la rouille et des matières corrosives. Ils sont faits par des ouvriers experts. Nos réservoirs sont fabriqués conformément aux exigences

du National Board of Fire Underwriters.

Avant de laisser nos usines ils sont tous éprouvés sous pression d'air par un surintendant compétent, et sont ensuite encaissés et expédiés pour que vous les receviez en bonne condition. Nous croyons que nos prix vous intéresseront car ils sont très raisonnables. Rien de mieux pour emmagasiner de la gazoline. Toutes dimensions faites sur commande. Ligne complète de pompes mesurant automatiquement.

Ecrivez pour brochure.

THE STEEL TROUGH & MACHINE CO., LIMITED

SI VOUS EPROUVEZ QUELQUE EMBARRAS
DANS VOS ACHATS

CONSULTEZ

LES ANNONCES DU

PRIX COURANT

ET ECRIVEZ AUX ANNONCEURS

MORROW

Lorsque vous ordonnez des mèches (drills) dites "Morrow" et exigez-le. Aucune autre mèche (drill) ne vous rendra autant de service.

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.

INGERSOLL

Ecrivez pour avoir notre échelle des équivalents détaillée. Elle vous sera utile dans votre atelier.

Tôles Galvanisées

"Queen's Head"



Ces tôles sont fortement galvanisées et comme elles sont emballées en caisses elles sont parfaitement plates et arrivent en bonne condition. La qualité est absolument recommandable, et meilleure que celle d'aucune autre tôle sur le marché.

John Lysaght, A. G. Leslie

Ltd
Fabricants
BRISTOL, Angleterre

& Co., Ltd
Agents pour le Canada
MONTREAL.

Machines à Laver 'CONNOR'

Ventes Faciles—Gros Profits

Les machines Connor sont faites pour le service. Elles combinent la durabilité et le service et tout ce qui procure la satisfaction. Si vous voulez avoir une ligne profitable, une ligne qui soit bien et favorablement connue, écrivez-nous pour conditions et prix.

C'est maintenant le temps de donner vos commandes, car nous anticipons une forte demande pour les envois de la saison. Notre catalogue vous sera adressé sur demande.

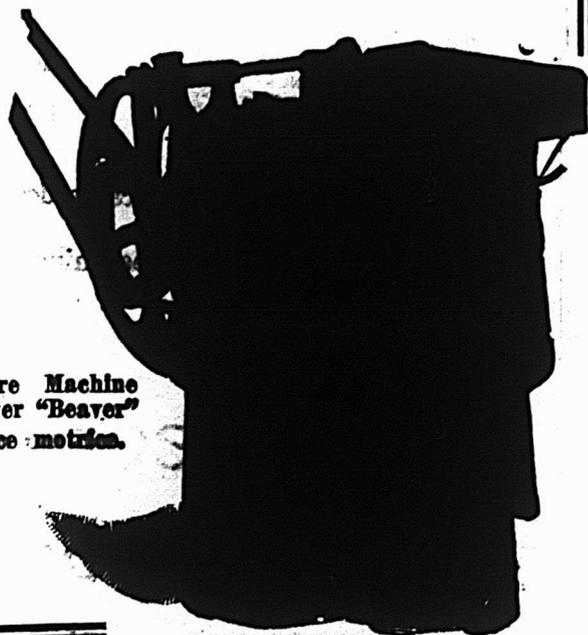
Notre ligne comprend des Machines à Laver, soit Electrique, soit à Moteur à Gaz, à Pouvoir d'Eau ou à Mains. Aussi Tondeuses, Supports, Planches à repasser et à pétrir, Barattes, etc.

NE REMETTEZ PAS A DEMAIN POUR NOUS ECRIRE
FAITES-LE AUJOURD'HUI.

J. H. CONNOR & SON Ltd

Ottawa, Ont.

Notre Machine
à Laver "Beaver"
à force motrice.



Une époque d'amélioration pour les clôtures

Le fermier moderne a inclus la clôture en broche dans ses projets d'amélioration, et il sait que la clôture Frost est celle qui convient le mieux à son bon jugement et à son économie. Ses commandes ainsi que celles de tous ceux qui comprennent la nécessité actuelle de l'amélioration de la ferme, iront chez le détaillant qui tient



LA CLOTURE FROST

La clôture Frost a été vendue dans tout le pays et son nom bien annoncé est un signe de confiance pour le consommateur comme pour le marchand.

Nous croyons juste de dire que des milliers de gens ont tourné les talons et quitté les quincailleries et les magasins généraux sans acheter lorsqu'on leur a dit: "Nous ne tenons pas les clôtures Frost". C'est la clôture que la plupart des détaillants trouvent bon de mettre en stock. Elle donne un service complet. Elle se vend.



Frost Steel and Wire Co., Limited, Hamilton, Canada

Fabricants de fil de fer galvanisé et poll, broche à foin et liens pour balles, fil de fer tissé, Clôtures pour fermes, usines ou ornementales, Barrières galvanisées, Accessoires en fil de fer pour manufactures. Ecrivez pour avoir le catalogue.



La Peinture préparée "GREEN TREE" Beau Brillant-durable

Composée suivant des formules exclusives, de blanc de plomb, de blanc de zinc, d'huile de lin et de matière colorante, le tout de première qualité.

Demandez notre carte des couleurs, nos prix et escomptes aux marchands.

Térébenthine, huile de lin, blanc de plomb, arcanson, etc.

The Georgia Turpentine Co.

2742-2744 rue Clark - - - Montréal



Ne Jetez Pas Votre Argent Par Les Fenêtres!

Q Si vous n'êtes pas décidé à publier des catalogues, des circulaires, des dépliant qui soient bien rédigés, préparés avec soin, imprimés avec art — gardez votre argent dans votre poche.

Il vaut mieux ne rien publier du tout plutôt que de publier des imprimés mal rédigés, mal typographiés, qui créent dans l'esprit de ceux qui les voient l'idée que votre maison est arriérée.

Si vous n'avez pas le temps de préparer vous-même des imprimés d'annonce qui soient dignes de votre maison, jetez quelques notes sur un bout de papier et envoyez-le nous — nous ferons le reste.

Les typographes-experts de notre atelier donneront au texte que nous préparerons pour vous, une toilette typographique, qui attirera l'attention de ceux qui verront vos imprimés et augmentera votre clientèle.

La Cie d'Imprimerie des Marchands,
Limitée

198 Rue Notre-Dame Est,

MONTREAL.



La feuille d'érable est le signe d'excellence sur les piles sèches Columbia. Le consommateur se rappelle cette marque de fabrique chaque fois qu'il songe à une pile pour sa sonnette de porte, sa sonnerie, son tracteur, son moteur à gaz fixe, son canot-automobile ou pour tout autre usage.

Pour la commodité du détaillant

Il est si facile de spécifier
"Assortiment C1"
et d'avoir—

50 Ignitors No. 6
6 Hot Shots No. 1461
2 Hot Shots No. 1561
2 Hot Shots No. 1562
1 Hot Shots No. 1662

ou

"Assortiment C2"
et d'avoir—

50 Ignitors No. 6
12 Hot Shots No. 1461

ou

"Assortiment C3"
et d'avoir—

50 Ignitors No 6
6 Hot Shots No. 1562
4 Hot Shots No. 1561

Les détaillants aiment le système de commander les Piles Sèches Columbia par assortiment, parce qu'il est si commode.

FAITES EN CANADA PAR

CANADIAN NATIONAL CARBON CO., LIMITED

TORONTO et WINNIPEG

Columbia Dry Batteries

—they last longer—

—ELLES DURENT PLUS LONGTEMPS

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

LE PRIX COURANT

Journal Hebdomadaire

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publication des Marchands-Détailants
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 11 février 1921

Vol. XXXIV—No 6

Les conditions s'améliorent rapidement

La modération exagérée dans l'achat tend à disparaître, dit l'écrivain du présent article, et il donne ses raisons logiques pour que 1921 soit une année prospère.

(Par C. H. Carlisle, gérant général de la Goodyear Tire and Rubber Co. of Canada, Limited.)

Personne, sinon quelqu'un écrivant à tant du mot, ne tenterait de prouver la probabilité d'un retour à la prospérité du temps de guerre, de l'avant-guerre, ou de l'après-guerre que nous venons de laisser.

L'histoire économique des autres grandes guerres prouve la futilité d'un tel espoir. A dater de l'armistice, une période de dix ans sera probablement nécessaire pour effectuer un retour complet à la prospérité normale.

Les conditions dans notre pays s'améliorent plus rapidement que dans la plupart des autres pays du monde. La preuve de cette amélioration est déjà patente. Il y a une amélioration marquée dans la plupart des lignes d'industrie, principalement dans l'industrie de l'automobile. La période de modération dans l'achat que notre population s'est imposée depuis plusieurs mois touche à sa fin. De fortes économies ont dû être réalisées par cette conservation des salaires et des épargnes. Cette réaction venant après une brève période de dépenses violentes est une manifestation bien nette des qualités de jugement de notre démocratie canadienne. En tant que nation nous sommes sur le point de récolter le bénéfice de notre modération et de notre conservatisme en fait d'achat pen-

nant ces derniers mois. Chacun de nous a fabriqué, qui des vêtements, qui des pneumatiques, qui des chaussures, qui des automobiles. Chacun, faisant bloc, a refusé d'acheter les produits des autres ouvriers. Nous avons porté nos vieux vêtements, nos vieilles chaussures, et usé nos vieux pneumatiques et nos vieux autos. Nous allons recommencer à acheter.

Une fois de plus nous allons nous encourager les uns les autres. Nous allons échanger notre argent contre des marchandises et nos marchandises contre de l'argent. Cela veut dire le commencement de la fin de ce mot désagréable à entendre: la dépression.

Les stocks de réserve des marchandises ont été dégarnis. Les réserves de stocks d'argent ont augmenté. Notre population a besoin de plus de nouvelles marchandises. Nos manufactures sont en position de faire de nouvelles marchandises. De plus forts stocks d'argent en réserve impliquent des taux d'intérêts plus bas, plus de fonds disponibles pour le support des industries, une plus grosse production et une réduction conséquente du coût de la vie.

On a beaucoup parlé ces dernières années de la coopération entre employeurs et employés pour le bien général du pays. Pour l'instant, la coopération entre le producteur et le consommateur devrait être le thème vivace partout où des hommes pensent, écrivent, lisent, parlent et écoutent.

Le Canada achète trop hors de ses frontières. Nous lisons que pour les douze mois finissant le 30 novembre,

**Tabac
à
Chiquer**

COPENHAGEN

Chez tous les
marchands
en gros.

nos importations ont augmenté de \$425,000,000, et nos exportations de \$39,000,000 seulement. A la date où cet article a été écrit, notre dollar aux Etats-Unis (et nous sommes leurs plus forts clients) ne valait que quatre-vingt-deux cents.

Le Canadien qui achète des marchandises faites en Amérique combat les efforts de ses propres manufacturiers à réduire le coût de la vie. La plupart des matières premières importées au Canada viennent des Etats-Unis. Le manufacturier canadien doit payer le change sur ces matières premières. Par conséquent, aujourd'hui, une usine canadienne qui achète de la matière première aux Etats-Unis doit payer \$1.17 pour avoir une valeur de marchandise d'un dollar. Le coût de son produit aux consommateurs canadiens est nécessairement augmenté de presque vingt pour cent.

Pour éviter ce supplément de coût, nous devons acheter des marchandises faites au Canada à l'exclusion systématique des produits importés. Les manufacturiers canadiens doivent faciliter de leur côté l'achat domestique.

Le manufacturier canadien, en général, n'anticipe pas des profits sur les affaires d'aujourd'hui. Il cherche, avec la coopération du public, à restreindre ses pertes à un chiffre minimum par la liquidation graduelle et régulière de ses stocks importants des matières premières achetées à des prix élevés et à réduire graduellement les prix de vente de ses produits manufacturés.

Si l'on envisage les faits tels qu'ils sont, le public canadien ne saurait s'attendre à acheter, à présent, des marchandises sur la base des prix actuels des matières premières. Une telle prétention impliquerait la liquidation forcée de centaines de manufactures, la fermeture d'usines, de multiples faillites commerciales, une stagnation industrielle dangereuse et l'écrêteau "à louer" sur la moitié des bâtisses de bureaux du pays.

Mais, par contre, les Canadiens peuvent s'attendre à ce que leurs manufacturiers contribuent à amener le retour à des prix inférieurs et à un coût de vie plus normal par l'emploi de moyens efficaces pour éliminer la perte et l'extravagance dans la fabrication et la vente; par le maintien dans leur produit d'une qualité au moins égale à celle des produits importés; par l'établissement de prix de vente de leurs produits en rapport avec la différence du coût de production au pays et à l'étranger.

Les Canadiens ne manqueront pas de soutenir un programme de production et de consommation domestiques de cette sorte. Et en ce faisant, ils précipiteront dans une grande mesure, le retour à notre prospérité d'antan.

L'industrie automobile en particulier manifestera une rapide amélioration dans les trois prochains mois. Même sans le stimulant fourni par l'abolition de la taxe de luxe, le pressant besoin de transport rapide qui ne peut être satisfait que par l'automobile entraînera une plus grande production dans les usines engagées dans l'industrie automobile.

Par la nationalisation d'un groupe de chemins de fer et leur unification en un même système, notre gouvernement a fait un grand pas dans la voie de la simplification des futurs problèmes de transport national. Mais le problème du transport de centaines de milliers de gens dans certains districts ne peut se résoudre que par l'automobile.

Le transport par camion dans le domaine fermier s'est développé considérablement. Le plus grand usage de camions automobiles rapproche le fermier de son marché d'écoulement de ses produits et augmente ses profits tout en abaissant le prix de revient en fournissant meilleur service à ses clients. Le transport entre villes par camions automobiles sur des centaines de milles a déjà prouvé être un succès en concurrence avec les autres moyens de transport.

La venue des autobus aiderait matériellement à résoudre les problèmes de transport de nos cités et nos villes, et ouvrira largement un nouveau champ d'exploitation à nos fabricants d'automobiles.

La manufacture d'autos à deux, cinq et sept passagers est destinée à se développer considérablement. Et ceci, pour la bonne raison qu'au moins quatre-vingt pour cent et peut-être plus du milléage parcouru annuellement par ces types de voitures, l'est pour fins de transactions commerciales. L'automobile a cessé d'être qu'un moyen de joyeuses randonnées. Son utilité, son économie et sa commodité en ont fait une nécessité d'affaires. Le monde attend la venue d'un modèle d'automobile encore inconnu, un auto plus léger et moins cher, d'une consommation plus réduite et d'une usure de pneus plus minime; un auto qui fournira trois ou quatre ans d'un service économique raisonnable avant d'être hors de service. Tant que les limites de vente d'un tel auto n'auront pas été atteintes, la limite d'expansion du commerce d'automobiles restera éloignée.

Pour ce qui est du commerce des pneumatiques, il permet toute confiance au manufacturier et les perspectives semblent être que l'année 1921 sera la première d'une série d'années d'une prospérité continue et croissante.

NOTES DU COMMERCE DE LA QUINCAILLERIE

Nous sommes au regret d'annoncer le décès de M. Ernest Prud'homme, l'un des associés de A. Prud'homme & Fils Ltd, la maison de quincaillerie bien connue de la rue de Bresoles, à Montréal. Toutes nos sympathies sont acquises à la famille éprouvée.

* * *

M. Robert Starke, de la maison Starke Seybold Ltd, vient de sortir de l'Hopital Général où depuis un mois il était en traitement. Rappelons en passant que M. Starke est Président de l'Association des Marchands de Ferronnerie en gros.

LA CAMPAGNE EN FAVEUR DES ARTICLES "FAITS AU CANADA"

L'Association des Manufacturiers Canadiens vient de lancer une vaste campagne en faveur de la vente des articles "faits au Canada". Il est à espérer qu'il auront tout l'appui et la coopération des détaillants dans cette oeuvre d'intérêt national. Voici quelques-uns des points sur lesquels se base cette campagne, points qui ont été synthétisés dans une récente lettre-circulaire adressée à tous les membres de l'Association des Manufacturiers:—

Pour l'année finissant en novembre 1920, les Canadiens ont importé des marchandises évaluées à \$1,345,582,300, contre \$920,082,927 pour l'année précédente, soit une augmentation dans les achats aux autres pays s'élevant à \$425,499,373.

De ce total, \$927,564,711, soit plus de 68 pour 100, provenaient des Etats-Unis. Sur ces importations les Canadiens ont payé un change s'élevant jusqu'à 17¼ pour 100, (le 21 décembre 1920, le change montait au point que le dollar canadien ne valait plus que 81.7/8 cent, en fonds des Etats-Unis). Les Canadiens continuent à envoyer leur argent aux Etats-Unis et à payer de forts taux de change, en dépit du fait que des milliers d'ouvriers qui sont désireux et capables de produire la plupart de ces articles importés sont sans emploi parce que les usines canadiennes ne marchent que temporairement ou ferment leurs portes faute de commandes pour leurs marchandises. Les hommes et femmes sans emploi ainsi que leurs familles sont entretenus aux frais du public ce qui ajoute un poids de plus sur les épaules du contribuable.

Si les Canadiens s'unissaient dans la décision de n'acheter que des marchandises de fabrication canadienne, en autant que faire se peut au lieu des marchandises importées, la plupart des problèmes de dépression commerciale et le chômage serait bien vite résolu.

Se basant sur ces faits, l'Association croit que la campagne éducative en faveur des articles "faits au Canada" qui se poursuit depuis plusieurs années devrait être intensifié à présent dans tous les centres industriels du pays, comme moyen de combattre le chômage.

Voulez-vous faire ce que vous pouvez individuellement par tous les moyens possibles dans votre propre localité pour faire comprendre aux marchands et consommateurs locaux combien il est désirable qu'ils achètent des marchandises canadiennes, particulièrement en ce temps critique?

Ci-dessous quelques méthodes suggérées par lesquelles vous pouvez faire un succès dans votre localité de la campagne en faveur des articles "faits au Canada".

(1) Réunissez vos voyageurs et demandez-leur de répandre l'idée des marchandises "faites au Canada", partout où ils en ont l'occasion.

(2) Préparez des causeries au commerce local ou toutes autres organisations.

(3) Discutez la question avec vos propres employés.

(4) Assurez-vous l'appui des organisations féminines locales.

(5) Contribuez à l'organisation d'un Comité de la campagne en faveur des produits "faits au Canada".

(6) Mettez en évidence les idées suivantes dans toute votre publicité et particulièrement dans la localité où vos usines sont situées.

(a) Engagez le public à acheter vos propres produits, en soulignant le fait, qu'en outre de leurs mérites spéciaux de qualité et de prix, ils sont faits au Canada par des ouvriers canadiens.

(b) Encouragez le public par votre publicité nationale à acheter des marchandises canadiennes, ce qui aidera à fournir de l'emploi aux Canadiens et à améliorer la situation du change.

(c) Expliquez que l'argent canadien devrait être dépensé au Canada au lieu de l'être à l'étranger, en autant que faire se peut.

(7) N'oubliez pas l'influence des marchands et de leurs commis dans cette campagne. Fournissez-leur constamment l'information relativement aux mérites de vos marchandises et montrez-leur qu'il est de leur intérêt aussi bien que de celui de leurs clients d'acheter des lignes faites au Canada.

Cette circulaire est envoyée à tous les membres de l'Association des Manufacturiers du Canada, et si chacun d'eux individuellement coopère avec les différents comités dans la poursuite de la campagne en faveur des articles "faits au Canada", l'effort combiné aura un effet heureux non seulement temporairement, mais d'une façon permanente sur les conditions commerciales générales de tout le pays.

o

M. A. T. BLACK ABANDONNE LA POSITION DE GERANT-GENERAL DE LA MAISON MARTIN SENOUR CO. LIMITED, POUR ENTRER DANS LES AFFAIRES A SON COMPTE

Une nouvelle qui va intéresser tous ceux qui touchent de près ou de loin au commerce de quincaillerie est certainement celle du départ de M. A. T. Black de la Martin Senour Co. Limited. M. A. T. Black qui était à l'emploi de cette compagnie depuis de nombreuses années et qui depuis cinq ans occupait la position de gérant général, vient de donner sa démission pour entrer dans les affaires à son propre compte.

L'entraînement parfait de M. Black dans toutes les phases du commerce, le met en bonne posture pour mettre sur le marché une ligne de produits se vendant au commerce de quincaillerie. Son succès passé ne le quittera certainement pas dans sa nouvelle entreprise et il a pour lui les meilleurs voeux des nombreux amis qu'il a eu de créer dans son dernier emploi.

ECHOS DE LA CONVENTION DE LA N. C. R.

La récente convention du Club des Cent pour Cent de la National Cash Register, a réunis plus de huit cents voyageurs venus de toutes les parties des Etats-Unis et du Canada pour échanger leurs idées.

“Nous sommes optimistes, mais nous devons soutenir cet optimisme par un jugement commercial solide et sûr.” Telle a été la déclaration faite par J. H. Barringer, premier vice-président de la National Cash Register Company. “Les choses reviennent à la normale”, continua M. Barringer, “et le temps est venu de se préparer pour l'avenir et d'aller de l'avant. Il faut travailler ferme pour améliorer les affaires. La force de cette organisation est de faire face à la situation, comme nous l'avons fait avec confiance et courage.”

B. C. Forbes, éditeur du *Forbes Magazine* et critique financier d'une autorité reconnue, fit une causerie intéressante sur la situation commerciale. “Bien qu'il y a à peine un an encore l'horizon paraissait bien sombre, aujourd'hui on peut voir devant soi et exprimer un sentiment d'optimisme et d'encouragement. Le rajustement continue. Il est complètement achevé dans bien des lignes. Certains articles courants n'ont pas encore terminé leur rajustement, mais nous avons doublé le cap pour beaucoup de produits essentiels.”

M. Forbes prédit que l'argent va bientôt devenir meilleur marché et que 90% de nos ennuis financiers et industriels ont disparu.

La convention fut appelée à étudier les problèmes des commerçants et la façon d'y répondre. Un temps considérable fut consacré à la discussion des systèmes de magasin et de service aux marchands. Des représentants de plusieurs grands magasins étaient présents et parlèrent des systèmes employés dans leurs établissements ainsi que les résultats obtenus. Bien des choses intéressantes furent apprises dans ces réunions qui permettront aux voyageurs d'être encore plus utiles que jamais aux commerçants. On annonça également la création de deux nouveaux modèles de caisses enregistreuses.

De l'avis de C. E. Steffey, gérant général des ventes, les affaires en 1921 vont être meilleures qu'en 1920. Tout ce qu'il est nécessaire de faire c'est de se mettre à l'oeuvre plus tôt, de travailler plus longtemps et de produire davantage.

Comme plusieurs voyageurs se plaignaient qu'il leur était impossible de faire leur chiffre dans leur territoire, M. Barringer leur donna une petite démonstration pratique pour en tirer la conclusion que ce n'est pas le territoire qui compte mais bien l'homme.

Les réunions furent en dehors de l'ordinaire par le fait que toutes les idées furent dramatisées et présentées sous forme de tableaux vivants. Le Président John H. Patterson a toujours été un partisan fervent de l'enseignement par la vue. Le tableau le plus impressionnant avait

été réservé pour la clôture de la convention. Lorsque le rideau se releva pour la dernière fois, la scène représentait un torrent qui symbolisait la période de rajustement. “Comment allons-nous le traverser en 1921?” demanda M. F. B. Patterson en montant sur la scène et en tirant un levier. Immédiatement les deux branches d'un pont s'abaissèrent, le pont représentant les choses apprises à la convention. Lorsque les deux sections se rejoignirent, une foule de voyageurs apparurent en chantant “Nous allons le traverser”, et guidés par les officiers de la compagnie, ils traversèrent le pont dans un défilé triomphal.

Cette scène finale faisait ressortir le fait que le pays a dépassé la période de reconstruction, que les conditions stables sont revenues et que 1921 sera une année extraordinairement bonne pour les affaires.

NOUVEAUX PRIX SUR LES GLACES DE VITRINE

On émet l'opinion que les cotations inférieures en vigueur à présent sur les glaces de vitrine sont basées sur l'état du marché belge, où la basse valeur du change du franc a eu un effet de fléchissement. Aujourd'hui, les approvisionnements de Belgique sont suffisants pour faire face aux demandes actuelles et les livraisons ont fait montre d'une grande amélioration au cours des récents mois.

Il est douteux que les prix demeurent fermes aux nouveaux bas niveaux actuels. Cependant une tendance plus facile est improbable à moins que des sacrifices de prix deviennent évidents.

Cette condition ne se produira probablement par car une perte a déjà été subie sur les stocks en mains pour en arriver aux basses cotations présentes. Une concurrence active s'est faite parmi les importateurs, les maisons de gros et les manufacturiers, chacun cherchant à accaparer une bonne part du commerce des glaces et cela a eu des résultats incertains. En se plaçant au point de vue d'une base de production ou de remplacement on peut s'attendre à des prix légèrement plus élevés. La valeur du franc a gagné du terrain sur les marchés de New-York et de Montréal depuis que les présents stocks ont été achetés et si cette amélioration de la valeur du franc se continue, la glace belge cessera d'être le marché le moins cher où l'on puisse acheter.

Sur les nouveaux prix de liste actuellement en existence, une réduction de près de 50 pour 100 s'est faite sur la première coupe de glace “star” ou simple épaisseur. Là où une caisse au-dessous de 25 pouces coûtait auparavant net \$13.93, la nouvelle cotation à présent est de \$7.33 net. Le “Double Diamond” ou la glace de 24 pouces au-dessous de 60 pouces était auparavant à \$21.56 net, tandis que la nouvelle cotation pour la même dimension est de \$16.00, soit une réduction de près de 25 pour 100.

LES PERSPECTIVES DE L'ANNEE

L'année 1920 a vu se produire des changements étonnants et non moins étonnant est le changement dans la situation des affaires d'un grand nombre de marchands. Ils voguaient au sommet d'une vague de grande prospérité au mois de janvier 1920 et étaient des optimistes de la plus belle eau; aujourd'hui cet optimisme a disparu et un accès de dépression a pris sa place, lequel ne peut être expliqué d'aucune façon logique et raisonnable.

Pendant le mois de décembre dernier, il y a eu effort très désordonné pour liquider les stocks en main, certains marchands luttant contre d'autres pour voir qui vendrait ses marchandises meilleur marché avec le résultat que quelque chose comme une panique s'est produit. Les magasins de détail, de l'Atlantique au Pacifique, n'ont été qu'un grand marché aux occasions, la baisse étant plus perceptible dans l'Est que dans l'Ouest.

La même situation pouvait être remarquée au commencement de la guerre, mais il ne se passa pas un grand nombre de mois avant qu'un changement d'un sentiment de dépression à un sentiment d'optimisme se fut produit. A moins que nous nous trompions dans nos prévisions, il faudra plus de temps au monde commerçant du Canada pour reconnaître que le pessimisme devrait être un mot inconnu dans ce pays et que tout ce qui est nécessaire pour créer la prospérité est d'oublier nos doutes et de poursuivre nos affaires avec la connaissance certaine qu'avec nos avantages naturels, avec nos ressources inexploitées, avec l'immigration qui colonisera ces terres et exploitera les ressources, la prospérité se trouve justement en face de nous en dépit de tout ce qui pourrait être dit pour certifier le contraire.

Nous nous rappelons tous la période de prospérité que nous avons traversée de 1900 à 1913, prospérité qui ne fut assombrie que par la courte dépression de 1907-08. Nous venons de traverser une période d'une plus grande prospérité encore, et nous sommes en état de nous reposer pendant quelque temps et de fixer l'avenir.

Quelle est la situation actuelle en autant que la classe des commerçants est concernée? On dit que ce qui a amené la situation actuelle, quelque peu incertaine, a été le refus du public de faire des achats; comme question de fait cet état de chose a été plus ou moins perceptible depuis le commencement de la hausse des prix. En général, les hommes n'ont pas acheté un aussi grand nombre de complets, de chemises, de cols, de cravates ou de sous-vêtements que durant les années qui ont précédé la guerre. Il n'est pas rare d'entendre cette remarque: "Je n'ai pas acheté de complet ou de chaussures depuis deux ans." Demandez à la ménagère si sa garde-robe est aussi bien garnie qu'il y a cinq ou six ans; demandez aux propriétaires d'immeubles s'ils ne se sont pas privés de faire des réparations, depuis quelques années, à leurs mai-

sons, à leurs entrepôts et à leurs magasins, et, neuf fois sur dix, vous recevrez la réponse qu'ils n'ont rien fait parce que le temps de la guerre est une période où l'on doit pratiquer l'économie et parce que les prix des matériaux et de la main d'oeuvre étaient plus élevés qu'ils auraient dû être, à leur avis.

Mais il n'est plus de mode de porter des vêtements usés jusqu'à la corde, et de mettre des nappes trouées, de laisser les maisons sans peintures; et alors qu'un grand nombre de gens, en raison de conditions particulières étaient en état, s'ils y avaient été disposés, de se développer, la grande majorité des gens s'est montrée économe et, si on peut s'exprimer ainsi, chiche, avec le résultat que leur approvisionnement domestique a été dégarni et, maintenant que la nécessité d'une stricte économie est disparue, cet approvisionnement doit être refait.

Il est vrai que l'argent surnuméraire qui était en circulation peut avoir en grande partie disparu, mais cet argent flottant se trouvait entre les mains de gens que l'on peut considérer comme voyageurs; la grande masse du public acheteur est encore avec nous et ce sont ces gens qui ont souscrit aux emprunts de guerre et qui ont fait des placements dans les bons de la victoire et qui ont gonflé les dépôts des banques d'épargne dans des proportions énormes. La puissance d'achat du Canada n'a jamais été aussi grande. Sa puissance de production grandit avec le passage de chaque année. Il est mieux connu par le monde en raison de la part brillante qu'il a prise à la Grande Guerre. Il y a plus de regards tournés vers le Canada que vers tout autre pays et l'avenir qui est réservé au Canada est des plus brillants. Les ouvriers et les patrons s'unissent dans un effort pour ajuster les conditions des salaires. Si cela peut être accompli sans bouleversement, (et tout indique une solution paisible du problème) il n'y a pas de raison pour qu'il se produise présentement de petite dépression.

L'un des plus grands maux qu'il faut craindre est le "marchand de rumeur", l'homme ou la femme qui s'empare de tout scandale commercial et qui le grossit — et malheureusement ces scandales se produisent fréquemment dans ces époques. Il nous serait mieux de réfléchir tranquillement sur ce qu'il y a de vrai dans les rumeurs et de former la résolution de ne pas répandre le scandale que nous avons appris.

Le mot "Prospérité" devrait être notre mot de passe. Avec de vastes ressources en vivres, minerais, bois de construction, bois de pulpe, il est difficile d'imaginer pour quelle raison le Canada ne serait pas prospère. Que notre devise soit: "Un Canada plus grand, meilleur et plus actif" et nous aiderons de cette manière à sa prospérité.

RAISONS D'OPTIMISME

Alors que le pays passe par une réaction nous ramenant des prix extrêmes aux prix modérés, il y a de nombreux facteurs économiques qui justifient la confiance industrielle et économique :

1. Les réductions des prix par les détaillants sont un encouragement pour les acheteurs.

2. Les salaires ont encore une puissance d'achat aussi grande que pendant la guerre.

3. Le consommateur achète presque aussi librement que dans les conditions normales.

4. Les stocks sont réduits graduellement.

5. La situation actuelle est causée en grande partie par le déversement sur le marché, de marchandises accumulées, ces marchandises venant surtout des Etats-Unis, mais ne représentant en somme qu'un bien petit pourcentage de la consommation.

6. Aussitôt que ces surplus de stocks auront été absorbés, la production devra continuer sur une base qui donnera des revenus raisonnables aux producteurs.

7. Il deviendra bientôt nécessaire de faire les commandes pour le printemps dans les cas où celles-ci ont été retardées dans l'attente de l'établissement de conditions stables.

8. Le coût de production va être réduit jusqu'à un certain point, à cause de la baisse du coût des matières brutes.

9. La réduction du coût de production permettra aux manufacturiers de réduire leurs prix.

10. Il n'y a pas de fléchissement dans la situation financière.

11. Lorsque la tension causée par le transport des récoltes aura diminué, les banques pourront maintenir les crédits et pourront même donner une plus grande considération aux clients.

12. La réserve d'achat du peuple canadien est très grande.

13. Les dépôts dans les banques d'épargne dépassent \$1,250,000,000, presque le double de ce qu'ils étaient il y a six ans.

14. Des bons de la Victoire valant des centaines de millions sont entre les mains des gens du Canada. L'intérêt sur ces valeurs est payé et placé dans les affaires payantes.

15. L'intérêt sur un volume considérable de valeurs canadiennes, achetées par des Canadiens pendant la guerre, est maintenant payé et distribué au Canada.

16. La Grande-Bretagne doit au gouvernement canadien et aux banques canadiennes plus de \$150,000,000 ; cette somme doit être payée à raison de \$5,000,000 par mois pendant les prochains six mois et à raison de \$10,000,000 par mois ensuite.

17. La dépréciation du dollar canadien est coûteuse au Dominion, mais le change favorise l'achat des mar-

chandises confectionnées au Canada et cela garde le capital au pays, lequel irait sans cela aux Etats-Unis.

18. Le cours du change encourage aussi les placements des Etats-Unis au Canada et au moins une portion des profits de ces placements reste au pays.

19. Le change donne aux manufacturiers canadiens un avantage sur les marchés d'exportation aux Etats-Unis et, comparé aux chiffres d'avant-guerre, le commerce d'exportation canadien a été bien soutenu.

20. Les Canadiens détiennent plus de valeurs que jamais auparavant et ces valeurs représentent des réserves additionnelles de capital.

21. Pendant les neuf derniers mois, 100,000 émigrants sont entrés au pays. Plusieurs d'entre eux possèdent des capitaux et sont devenus de suite des consommateurs pour les manufacturiers et les fermiers.

22. On dit que 10,000 francs-tenanciers anglais viendront se fixer dans l'Ontario au printemps.

23. L'Association de Colonisation de l'Ouest rencontre de grands succès dans le mouvement qu'elle fait pour la colonisation des prairies et a déjà prélevé près d'un million de dollars.

24. Il est certain que l'immigration générale augmentera à mesure que s'amélioreront les moyens de transport océanique.

NE RESTEZ PAS INACTIF

Il se trouve des hommes d'affaires qui ont conçu l'idée que la prospérité a pris fin et qu'il ne vaut pas la peine de faire aucun effort pour acheter ou pour vendre. Ils ont donné avis à leurs acheteurs de ne faire aucune commande et ils ont laissé leurs stocks de marchandises devenir tellement dégarnis que dans bien des cas ils sont incapables de remplir leurs commandes. Dans d'autres cas, au lieu de faire des commandes raisonnables ils n'ont commandé qu'un seul item à la fois, devant être expédié directement à leurs clients. Cette politique de pénurie doit nécessairement causer des embarras au commerce du pays, parce que l'homme qui suit une telle politique s'apercevra qu'elle réagira tôt ou tard sur lui-même et peut être plus tôt qu'il ne s'y attend. Une industrie dépend de l'autre — et une classe d'ouvriers dépend d'une autre classe pour vivre. Lorsque le jobber cesse d'acheter, le manufacturier doit faire chômer son personnel. Lorsque ces employés n'ont pas de travail, ils ne peuvent plus acheter du marchand et le marchand ne peut acheter du jobber — le résultat est la stagnation dans les affaires, qui ne pourrait exister si chacun mettait l'épaule à la roue. La prospérité est une question de psychologie — ni plus ni moins que la confiance. Détruisez la confiance et vous aurez détruit la prospérité.

LE FUTUR PROGRAMME DE TAXATION

Avec l'abolition de la taxe sur les objets de luxe et l'assurance raisonnable que l'impôt sur les profits sera considérablement réduit ou éliminé complètement, les cercles commerciaux ont montré un vif intérêt au sujet des plans probables qui seront adoptés par le ministre des finances pour maintenir les revenus. On a discuté longuement au sujet de la taxe sur le chiffre des affaires. Aux Etats-Unis il se fait un fort mouvement pour l'établissement d'une telle taxe. Otto H. Kahn parlant au bureau de Commerce et de Transport de New York récemment, demandait l'imposition d'un impôt sur le chiffre des affaires lequel produirait des revenus "dans tous les rangs et dans les diverses étapes des producteurs aux consommateurs". Il a dit: "Je suis en faveur d'une taxe sur le chiffre des affaires des articles nécessaires à la vie et contre la taxe sur les ventes au détail seulement. Premièrement parce que cette taxe me semble plus juste; secondement parce qu'il serait excessivement difficile d'établir clairement un règlement applicable pour déterminer ce qui constitue une vente au détail; et troisièmement, parce que je doute si une taxe sur le commerce de détail, même au taux quatre ou cinq fois plus élevé que celui de 1/3 de 1% que je suggère sur le chiffre des affaires, donnerait des revenus suffisants."

En même temps M. Kahn a donné de sains avis lorsqu'il a demandé aux hommes d'affaires de ne pas essayer d'éluder leur part du fardeau des impôts. Il a dit:

"Pour en venir au sujet de la révision de la taxe, il y a une recommandation générale que je me hasarde à faire, c'est que la communauté des commerçants ne se presse pas à endosser des méthodes de taxation qui pourraient donner des raisons valides pour faire naître l'impression que dans leur contribution à la révision de la taxe, les représentants du commerce sont indûment concernés dans la conservation de leurs intérêts et qu'ils visent à alléger le fardeau du fisc que le pays doit porter comme héritage de la guerre."

C'est un point qui devrait être pris en considération avec soin. Les hommes d'affaires ne désirent pas éluder leur part de la taxe. Ce qu'ils demandent, c'est que les taxes soient fixées de manière à atteindre équitablement tous les membres de la communauté et n'avoient pas pour effet la réduction de la production comme l'ont produite les taxes de luxe et sur les profits.

sirée que dans le domaine des équipements électriques. Un écrivain parlant de la création d'un type modèle disait récemment:

"Dans l'industrie de l'électricité, nous avons un grand nombre d'occasions de simplifier les méthodes, mais un simple exemple fera comprendre ce que je veux dire. Actuellement les électroliers pendant aux plafonds ou attachés aux murs, sont aussi solidement fixés en position que des radiateurs, des portes et des baignoires. Il ne saurait exister d'idée plus absurde que celle de souder les joints et de faire un ramassis des fils sous la coupole de ces électroliers.

Pourquoi ne pas établir un type modèle de posage des électroliers? On pourrait alors les placer aussi facilement que l'on pend un cadre. Pourquoi ne pas construire des maisons munies d'appareils modèles facilement attachables aux plafonds et aux murs de façon à ce que la ménagère pourrait changer les électroliers de place quand elle le désirerait? Dans les conditions actuelles, un locataire qui entre dans une maison doit se contenter des électroliers qui s'y trouvent, qu'ils soient en harmonie ou non avec son mobilier.

Lorsqu'on aura établi un type modèle pour le posage des électroliers dans toute maison, la ménagère, lorsqu'elle déménagera, pourra emporter avec elle ses électroliers favoris dans sa nouvelle demeure, tout comme elle emporte ses lits et ses buffets. Ces électroliers seraient alors traités comme des meubles et feraient partie du ménage.

Si l'appareil récepteur que l'on trouve dans les maisons est une bonne chose pour connecter les lampes portatives, pourquoi ne serait-ce pas une bonne chose d'avoir des pièces de raccordement sur les murs et dans les plafonds pour y fixer facilement les électroliers comme on fixe un cadre et qui pourraient s'harmoniser avec les meubles et les décorations des chambres. Il n'y a pas plus de raison pour le propriétaire de choisir les électroliers pour ses locataires qu'il y en a de choisir leurs meubles. L'établissement d'un type modèle de raccordement électrique épargnerait des dépenses, simplifierait les choses et donnerait satisfaction.

PROMOTION DANS LE PERSONNEL DE BRANDRAM-HENDERSON

M. C. V. Johnston a été nommé assistant gérant des ventes, division centrale, de Brandram-Henderson, Limited, à Montréal.

M. Johnston aborde sa nouvelle tâche avec une vaste expérience, ayant été d'abord voyageur de la compagnie, puis, ces trois dernières années, secrétaire de M. W. S. McLennan, gérant général des ventes.

M. C. V. Johnston aura la surveillance des ventes pour l'Ontario Est et la province de Québec.

L'ETABLISSEMENT D'UN TYPE D'EQUIPEMENT ELECTRIQUE MODELE.

L'établissement d'un type d'équipement électrique modèle est l'une des réformes les plus ardemment demandées par plusieurs branches d'industrie actuellement. Il est douteux que cette réforme soit plus ardemment dé-

UN POINT BRILLANT

En examinant le développement futur de l'industrie de ce pays, on trouve que l'un des points les plus brillants est le vaste champ qu'il reste à exploiter dans le commerce des marchandises servant à l'électricité. Les pouvoirs d'eau du Canada, lorsqu'il auront été développés, pourront produire assez d'énergie électrique pour épargner beaucoup de main-d'œuvre et pour donner du confort aux habitants de la campagne. Les lignes électriques seront prolongées; elles aideront ainsi au développement de nos villes et de nos villages, en leur procurant de nombreux et précieux avantages. Le commerce des appareils électriques a donc un avenir brillant. Pendant l'année courante, le programme hydro-électrique qui sera exécuté dans les provinces de Québec, d'Ontario, et les provinces maritimes, fournira un gros commerce aux fabricants d'appareils électriques. La Commission des pouvoirs électriques de la Nouvelle-Ecosse et du Nouveau-Brunswick, nouvellement formée, a fait les premières commandes d'appareils générateurs d'énergie électrique pour les chutes de ces provinces. Le développement de l'industrie du papier et d'autres industries exigent de grandes demandes d'accessoires électriques. Le prix élevé du charbon au Canada a rendu plus nécessaire que jamais le développement des ressources naturelles du pays et des pouvoirs d'eau pour fournir l'énergie électrique qui remplacera le charbon. Cette année devrait être très active pour les manufacturiers d'appareils électriques et cette activité devrait se faire sentir non seulement dans les usines électriques, mais dans toutes les branches du commerce.

IL EST DE NOUVEAU POSSIBLE DE SE PROCURER DU BURLAP IMPORTE.

Pendant la guerre, les marchands qui faisaient usage de burlap importé ont éprouvé de la difficulté à se le procurer en quantité suffisante.

Le burlap est une grosse toile tissée de chanvre de l'Inde et il est importé des Indes Anglaises. Après trois ans de croissance, les naturels séparent les fibres intérieures qu'ils veulent obtenir de l'écorce de la plante. Cette opération se pratique sous l'eau et se fait avec le plus grand soin pour ne pas rompre les longues fibres. Après avoir passé par divers procédés de préparation, ces fibres sont emballées et expédiées en Ecosse où elle sont tissées avec grand soin et le produit qui en est fait est de grande valeur et très estimé.

Pour des raisons inhérentes à la guerre, l'importation du burlap avait été interrompue. Maintenant que les conditions du commerce et de la navigation se sont améliorées, il est possible de se procurer les quantités de burlap requises.

Le burlap est utilisé dans différentes industries. Il forme la base du linoléum et des toiles cirées. On lui fait subir un traitement dans des fabriques et on le taille de

grandeur spéciale qui en fait une toile désirable pour tapisser les murs. On fait généralement usage des sortes huilées. Ce sont les tissus qui sont le plus commodes à employer, parce qu'ils sont saturés d'huile de lin et sont assortis de couleurs différentes. Ces nuances forment un fond sur lequel un peintre décorateur peut obtenir un effet désiré, tel que mat, lustré ou verni, les murs ainsi finis étant très attrayants et sanitaires.

D'après les derniers rapports reçus, il est maintenant possible de se procurer du burlap en quantités raisonnables et à des prix réduits.

Le commerce de quincaillerie peut maintenant obtenir l'approvisionnement nécessaire pour satisfaire aux exigences de la construction qui seront peut-être considérables cette année. Il y a sans doute ici un champ que les marchands de fer aimeront à développer, maintenant qu'il leur sera facile de se procurer promptement le matériel demandé.

PEU D'AFFAIRES DANS LE COMMERCE DE L'ACIER EN ANGLETERRE

Les perspectives immédiates pour le commerce de l'acier et commerces alliés dans le district de Sheffield ne peuvent guère être pires, et à moins qu'il ne survienne quelque chose qui améliore la situation une grande partie de l'industrie de Sheffield n'aura relativement rien à faire, au dire de l'Ironmonger. L'an dernier ce district avait bénéficié de la plus haute vague de prospérité. Cela fut suivi d'une période de dépression qui s'est prolongée. L'affaissement est pire dans l'acier brut et le semi-acier, encore qu'il s'étende à la plupart des branches des produits d'acier finis.

Non seulement l'achat en est arrivé presque à un point mort, mais la situation s'aggrave d'annulation de commandes par le marchand de gros. Les manufacturiers qui, il y a six mois, se trouvaient dans la situation confortable d'avoir du travail sur commande suffisamment pour rester occupés tout le temps de l'année, n'ont pratiquement rien dans leurs livres aujourd'hui. Cependant, aussi mauvaises que soient les choses, Sheffield est en meilleure position que les autres centres de production du métal, car une bonne demande se maintient pour certains matériaux manufacturés dans le district dont les principaux sont la fonte de fer et la fonte d'acier, la broche de bonne qualité, les limes et outils à mains de différentes descriptions.

LES CLOUS CANADIENS AUX ETATS-UNIS

Le commerce du Canada avec les Etats-Unis en clous a pris récemment de très grosses proportions. Les chiffres pour novembre 1920, montrent des exportations de clous canadiens aux Etats-Unis de 151,892 quintaux, évalués à \$994,436.

LE FORGERON EST UN DETAILLANT MAIS LE FERBLANTIER EST UN FABRICANT.

Au nombre des anomalies qui se rencontrent dans le programme fiscal du gouvernement, se trouve la suivante qui a causé des commentaires humoristiques même chez les ferblantiers.

Les percepteurs du revenu de l'intérieur ont été officiellement avisés par ce département que les forgerons sont classés comme marchands détaillants, et qu'ils ne sont pas par conséquent tenus de se procurer une licence de vente pour la taxe, et qu'ils ne seront pas tenus responsables de la perception des taxes de vente. D'un autre côté, on compte les ferblantiers comme manufacturiers et ils doivent agir comme des manufacturiers d'après les licences des ventes et doivent percevoir des droits sur la vente des articles qu'ils confectionnent. (Il y a actuellement une cause à l'essai — test case.)

Il ne paraît pas y avoir de différence marquée dans les deux métiers. Le forgeron prend une barre de fer et en fabrique soit un fer à cheval, un crochet ou tout autre objet. Le ferblantier confectionne toutes sortes d'articles en ferblanc, depuis une tasse jusqu'à un cheneau. A de rares exceptions près, les produits des deux métiers sont pour le commerce ou servent à quelque travaux de construction, mais ne sont pas faits pour la revente. Pourquoi alors cette différence?

LA REVISION DES PRIX SE CONTINUE DANS LE COMMERCE DE QUINCAILLERIE.

Pratiquement tous les matériaux servant de base à la production ont subi une baisse.

La révision des prix continue à s'opérer sur le marché de quincaillerie et plusieurs branches de ce commerce accusent des révisions de prix, avec prix cotés plus bas. Un point spécial qu'il est bon de noter, c'est que la baisse ne s'est pas produite sur une simple branche de marchandise ou sur un seul matériel, mais qu'elle s'est produite sur des articles de première nécessité confectionnés de matériaux tout à fait différents tels que fer, acier, cuivre, plomb, laiton, caoutchouc, cuir, bois, et sur les huiles, minérales et végétales.

Les produits en fer et en acier en tête des réductions.

Naturellement les produits en fer et en acier sont en tête, quant aux changements et au nombre des objets qui ont subi récemment une baisse se trouvent les charnières, pentures, boulons de baril, les pics, les pioches, les appareils pour suspendre les tuyaux en fer, et quelques-uns des outils de charpentiers. Ont aussi baissé les prix,

des fers en feuilles et leurs produits tels que les bardeaux en feuille, les lambris, les gouttières, les coudes, les chénaux.

Les articles en cuivre ont aussi subi une baisse

Dans les articles confectionnés en cuivre le trait caractéristique cette semaine a été la réduction dans les cotes sur articles en cuivre rouge et sur les bouilloires pour lavage, les bouilloires pour thé, les théières et les cafetières. Les manufacturiers disent qu'il y a encore trop de marge entre le prix du métal en lingot et du cuivre en feuille.

Il y a des changements qui s'opèrent dans quelques articles en cuivre, tels que articles presses, tels que robinets pour bain. Différents genres de valves ont aussi subi une baisse. On s'attend à d'autres changements dans le prix de ces articles.

Première baisse sur les articles en bois

Le prix de la ficelle qui a été réduit il y a une semaine, accuse une diminution de 27 pour cent sur les cotes les plus élevées de l'été dernier. La révision des prix des articles en coton se continue et accuse une réduction considérable sur les prix élevés de l'année dernière.

Les prix des articles en bois se maintiennent bien qu'il y ait eu réduction récemment sur les barattes, mais le changement aurait été causé plus à cause de la réduction sur le prix du fer que sur celle du bois. Il est douteux qu'il se produise des réductions sur les articles en bois mais plusieurs sont d'avis que le prix du bois a atteint sa plus grande hauteur et que l'avenir verrait se produire une réduction graduelle mais petite.

AUGMENTATION DES IMPORTATIONS DE GAZOLINE ET D'HUILE

Le Canada a augmenté sa consommation de gazoline et d'huile crue dans les deux ans qui ont suivi la guerre.

Dans les 11 premiers mois de l'an dernier, 1,262,000 barils de gazoline furent envoyés des Etats-Unis au Canada, tandis que dans la même période de 1918, les exportations au Dominion ne s'élevaient qu'à 662,000 barils. Dans le même temps la quantité d'huile crue envoyée au Canada des Etats-Unis, augmentait de 4,226,000 barils pour la période de 1918 à 6,040,000 barils en 1920, soit près de 50 pour 100.

MARCHANDISES CANADIENNES AU JAPON

M. A. E. Bryan, Commissaire du Commerce du Gouvernement Canadien, à Yokohama, Japon, fait rapport qu'une importante maison anglaise, établie depuis longtemps au Japon, apporte une attention toute spéciale aux produits canadiens et publie des annonces les concernant dans les journaux de Yokohama et Tokio.

SERVICE ETENDU DE LA BOUGIE D'ALLUMAGE CHAMPION

Le nouveau coffret-échantillons (Merchandiser) moderne est un avantage pour le détaillant et pour le consommateur.

La "Champion Spark Plug Company of Canada, Limited", de Windsor, Ontario, ne perd pas de vue les bougies Champion lorsqu'elles quittent la fabrique pour se diriger chez les distributeurs et les détaillants de toutes les parties du monde. Le principe de service de la compagnie s'étend au-delà des murs de ses usines jusqu'au détaillant et finalement jusqu'au consommateur.

Cet établissement de Windsor a intérêt à voir que le consommateur obtienne le genre de Bougie d'allumage qui convient à son moteur et qu'il l'obtienne sans perte de temps et sans ennui.

Pour la poursuite de sa méthode de service, la "Champion Spark Plug Company" a dépensé des milliers de dollars à établir et à perfectionner un coffret-échantillons (merchandiser) sous la forme d'un meuble qui est aménagé pour contenir un approvisionnement de tous les genres de bougies d'allumage Champion qui sont fabriqués. Des compartiments distincts séparent les divers genres, rendant simple et facile pour le détaillant le choix du genre de bougie demandé.

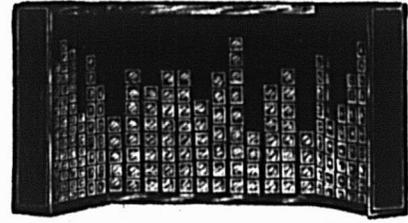


Le coffret-échantillon (merchandiser) Champion est idéal sous tous les rapports. Il a des couvercles en acier sur le devant desquels se trouvent des cartes index, soigneusement établies, indiquant la marque spéciale ou le numéro symbolique de chaque bougie contenue dans la case ou fabriquée par la "Champion Spark Plug Company".

Avec l'aide de la carte index, le choix du genre approprié de bougie pour un client n'est que l'affaire d'un moment. Avec cette liste devant lui, le détaillant peut donner un service prompt et précis pour la vente de n'importe quelle bougie d'allumage Champion, que ce soit pour un auto à passager, un camion, un tracteur, une motocyclette, un canot-automobile, un moteur de ferme ou fixe.

Le coffret-échantillons (merchandiser) a 31 pouces de longueur, 15 pouces de haut et 11 pouces de profondeur. Il peut être avantageusement placé sur n'importe quel show-case, comptoir ou rayon et grâce à sa belle ap-

arence il constitue un joli meuble dans n'importe quel magasin. Les vignettes représentent le Coffret-échantillons (merchandiser) vu de face et vu de l'arrière.



Un de ces coffrets-échantillons (merchandiser) est livré à tout détaillant qui commande un assortiment complet de 200 bougies d'allumage Champion et de 100 Insulateurs. Comme la compagnie permet au détaillant de spécifier l'un ou l'autre des trois différents assortiments de bougie, il n'a pas de difficulté à choisir une combinaison qui réponde aux besoins particuliers de sa clientèle.

LE COMMERCE DE LA FRANCE

Pendant l'année 1920, les importations françaises se sont montées à 35 milliards de francs et les exportations à 22 milliards. C'est la première fois depuis 1914 que les importations décroissent.

Le gouvernement considère comme extrêmement favorable cette amélioration de la balance commerciale, car l'excédent des importations sur les exportations avait augmenté fortement, soit de 22 pour cent en 1913 à 201 pour cent en 1919. La diminution des importations a porté principalement sur les denrées alimentaires et les articles manufacturés.

L'augmentation des exportations a été remarquable dans toutes les marchandises, mais surtout dans les articles manufacturés dont l'exportation a augmenté de près de sept milliards de francs.

Le chiffre exact des importations en 1920 a été de 35,404,951,000 francs; elles consistent en chiffres ronds de 8,600 millions de francs en denrées alimentaires, 16,800 millions en matières premières et 1,900 millions en articles manufacturés.

Le total des exportations en 1920 a atteint 22,434,757,000 francs, se composant en chiffres ronds de 2,200 millions de francs de denrées alimentaires, 4,700 millions en matières premières, 14,200 millions en articles manufacturés et 1,200 millions en marchandises diverses.

Comparativement à 1919, les importations ont décréu de 394,316,000 francs et les exportations ont augmenté de 10,555,157,000 francs. La balance commerciale au détriment de la France est encore de 12,970,194,000 francs.

PEINTURES — VERNIS

LA VENTE DE LA PEINTURE AUX FERMIERS

Avant que les actives saisons de printemps et d'été ne soient arrivées, c'est le temps d'encourager l'achat d'un assortiment de peintures et vernis pour les tenir à disposition quand le besoin s'en fait sentir.

Discutant des moyens de développer le commerce des peintures et vernis, un marchand établi dans un district rural où le commerce fermier est une considération importante, soulevait un certain nombre d'objections à l'application à cette sorte de commerce des méthodes de vente ordinaires. Ce marchand souligne le fait que le commerce de ferme est unique en autant que l'usage des peintures et vernis est concernée et qu'en conséquence, il doit être l'objet d'autres traitements. Par exemple, il n'y a pas beaucoup de points publicitaires pour le commerce de peinture parmi les fermiers au printemps, alors que la saison active du fermage commence. De même il n'y a guère d'arguments à invoquer pour ce commerce pendant l'été et au début de l'automne, alors que le fermier est tout accaparé par sa culture et sa moisson. A la fin de l'automne, pas davantage, car le fermier n'aspire qu'au repos après les durs travaux de l'été et si la récolte a été maigre, il n'est guère enclin à faire des dépenses de peinture. Pour ce qui concerne l'hiver, si certains travaux de peinture sont faits par le fermier, ils s'appliquent surtout à la peinture des instruments aratoires et autres ouvrages d'intérieur.

Cependant nous croyons, que le moment actuel est le bon temps pour approcher les fermiers et les engager à faire leurs achats de peinture. Nous connaissons un magasin de quincaillerie qui prend comme raisonnement que le fermier peut reconnaître volontiers la valeur de la peinture et du vernis pour fins de protection et de prolongation de ses outils de ferme et ses bâtiments, mais qu'il ne prend pas le temps pendant les semailles et les saisons de culture et de récolte de calculer ce dont il a besoin, de s'assurer les provisions nécessaires, et de passer son temps à peindre.

Par conséquent, la suggestion faite est que chaque fermier doit garder un stock de certaines lignes en mains pendant tout l'été pour l'avoir toujours à sa disposition. L'idée est que si le fermier a quelques boîtes de peinture

à voitures, de couleurs à granges, etc., en mains, il n'hésite pas à faire l'application nécessaire lorsque le besoin s'en fait sentir. Il n'y aura pratiquement pas de perte de temps pour lui et l'existence des instruments aratoires, des objets métalliques qui auront reçu la couche de peinture ou de vernis s'en trouvera grandement prolongée.

Le fermier est à présent dans l'état d'esprit qu'il faut pour recevoir de telles suggestions et celles-ci peuvent être faites dans les annonces, spécifiant la valeur du fréquent usage de la peinture sur la ferme et montrant combien il est pratique d'avoir à portée un stock bien assorti de peintures, vernis et spécialités pour usage pendant les mois d'été.

A ce propos, un marchand perspicace envoyait récemment à ses clients fermiers un "Bulletin" à peu près conçu dans ces termes:—

"Chaque jour voit l'exploitation fermière placée plus fermement sur une base commerciale, ce qui revient à dire que les affaires de ferme se traitent graduellement de façon plus efficace. Au cours des dernières années, les fermiers ont commencé à se rendre compte des possibilités qu'il y avaient dans une boîte de peinture. Par la simple application d'une couche de peinture, un homme peut espérer prolonger l'existence de ses instruments aratoires et de ses bâtisses. Il est prouvé de plus en plus que la peinture par sa faculté de prolonger l'existence et l'usage des surfaces auxquelles elle est appliquée, paye de plus gros dividendes que des mines d'or.

Voici un assortiment qui devrait être dans chaque ferme, prêt à être employé quand besoin est:

Boîtes d'une pinte de peinture à voitures en rouge et noir pour peindre les charrettes, etc. Une petite boîte de peinture d'aluminium pour les objets d'intérieur en fer, tels que stalles, étais, etc. Boîte d'un demi-gallon de peinture préservatrice pour bâtiments en métal. Une bonne peinture au graphite est la meilleure pour cette fin. Peignez régulièrement toutes les parties métalliques exposées sur des instruments comme les cercles de fer, les entraves des silos, les charnières extérieures, les rails de portes, etc. Une petite boîte de vernis à outils. Une boîte d'un gallon de couleur de grange ou de couleur de maison pour travaux de réparation générale.

La politique de notre magasin est de vous approvisionner de marchandises avantageuses à des prix avantageux. Quand nous disons des marchandises avantageuses nous voulons dire des marchandises qui vous donnent un service avantageux. Quand il s'élève un argument entre

la qualité et le prix, la qualité l'emporte toujours avec nous. Lorsqu'en payant cinq pour cent de plus vous pouvez obtenir vingt ou même dix pour cent de service de plus vous ne devez jamais hésiter à payer ce cinq pour cent supplémentaire. Nos clients sont nos amis et il ne serait pas amical de notre part de vous vendre un article mauvais sous le prétexte d'une occasion quand nous pouvons vous vendre sans grande différence de prix quelque chose qui vous donne une véritable satisfaction".

o

LA REMISE DES COMMANDES DE PEINTURES ET VERNIS

Comme on le sait le ralentissement des commandes d'avance dans le commerce de peinture menace de créer une situation difficile au printemps, et c'est pour prévenir ces désagréments qu'une des plus importantes fabriques de peintures et vernis du Canada adresse aux marchands les recommandations suivantes que nous croyons utile de porter à la connaissance de nos lecteurs:—

"Nous ne saurions trop appuyer sur la nécessité qu'ont les marchands de placer leurs commandes du printemps "immédiatement". Un grand nombre de marchands remettent l'achat de leur commande de stock du printemps jusqu'à plus tard, pour leurs départements de peinture. Si ceci continue, une situation désastreuse pour le marchand aussi bien que pour le fabricant en résultera.

"Les commandes de stock sont ordinairement placées et envoyées à partir du 1er novembre jusqu'au mois de février ou au 1er mars, mais par rapport à ces retards des marchands, les fabricants sont au moins deux mois en arrière dans la fabrication et si ceci continue ils seront dans l'impossibilité de les servir quand arriveront les mois de mars et d'avril. Ceci retardera les envois et donnera un bien piètre service pendant tout le printemps, ce qui causera de lourdes pertes au marchand aussi bien qu'au fabricant.

"Presque tous les spéculateurs et un grand nombre de marchands les plus progressifs et les plus clairvoyants ont placé leurs commandes du printemps et pris du stock de façon à être prêts pour le commerce du printemps qui sera sans nul doute très important.

"Il n'y a pas de chance possible de réduction de prix pour les peintures et les vernis avant quelques mois au moins, en dépit du fait que le plomb et l'huile ont baissé favorablement durant les mois passés. Les coûts des voyages, cartes de couleurs, étiquettes, matières d'annonces, boîtes d'emballage, et plusieurs espèces de matériaux bruts sont plus élevés; ceci empêche la baisse de l'huile de lin et du plomb et a réduit les profits des fabricants de telle sorte qu'il sera impossible de faire de baisse avant le mois de juillet ou d'août et quand bien même il y en aurait, elle serait sans nul doute très légère.

"Le marchand clairvoyant prendra en stock immédiat des peintures et des vernis pour ce dont il aura besoin pour

le printemps, car les fabricants auront de la difficulté à donner un service parfait à moins que ceci ne se fasse.

"Le marchand ayant le stock en main fera les ventes et les profits aux dépens du marchand qui n'aura pas su se protéger.

Les termes libéraux du fabricant pour le 1er avril 2% 15 jours, ou 60 jours net, protègent le marchand entièrement pour sa commande du printemps.

"L'Optimisme, le courage et la prévoyance vont de pair avec le succès."

o

LES CLIENTS APPRECIENT LA PEINTURE DE HAUTE QUALITE

Dit un marchand de Montréal, après vingt ans de commerce de peinture. Il enseigne à la clientèle à se servir de peinture de haute qualité. La clientèle blâme le marchand si la peinture n'est pas de bonne qualité.

"Notre devise est: "Des marchandises de bonne marque." Ne vous souciez pas du prix que vous devrez nous demander pour ces marchandises, allez de l'avant et faites-les bonnes et nous les vendrons et obtiendrons le prix."

Ainsi s'est exprimé M. Léger, de la maison de quincaillerie Lacroix & Léger, de l'avenue Mont-Royal Est, dans une récente entrevue. Cette question a été soulevée lorsque celui qui écrit cet article vint à parler d'une certaine marque de peinture qu'il considérait comme bonne. M. Léger dit qu'elle l'était et qu'il avait eu la preuve, particulièrement depuis cinq ans, que l'acheteur achètera une peinture sur laquelle il peut se fier. Cette confiance est inspirée au client par le marchand chez qui il achète régulièrement. S'il ne peut avoir confiance dans ce marchand, alors il ira tôt ou tard ailleurs. Telle est l'opinion de M. Léger.

"Nous étions ennuyés il y a quelques années par cet argument. Eh bien, je puis acheter cela à un sou meilleur marché en ville. C'était vraiment une tâche que de combattre cet argument parce que le client en faisait un si gros cas. Mais maintenant c'est différent. Si le client croit que l'article est trop cher, alors il ira peut-être dans le magasin voisin, et il trouvera qu'il n'y a pas ou peu de différence. Finalement, il achètera peut-être dans l'un des magasins où il a comparé nos prix, ou il reviendra acheter chez nous d'une façon permanente.

Un seul moyen.

"Mais règle générale, dit M. Léger, le client fait maintenant plus de cas de la qualité, il achètera. Le prix n'a pas la considération qu'il avait il y a quelques années et le client a l'argent qu'il lui faut pour acheter, a ajouté M. Léger comme commentaire. Les employés ont encore de

bons salaires et sont capables de payer pour ce dont ils ont besoin et ils paient, bien qu'ils n'achètent guère plus que ce dont ils ont besoin."

On fit ici allusion à l'inconvénient de faire crédit. Cette maison avait coutume de faire un grand commerce à crédit, mais ce commerce est maintenant très restreint. "La clientèle doit ou payer comptant ou donner des références, a déclaré M. Léger. Il y a quelques instants, il est entré un homme qui voulait avoir de la peinture à crédit. Nous causâmes pendant quelque temps d'affaires et je lui demandai s'il avait des références. Il m'en donna une et l'un des membres de la maison alla de suite faire une investigation pendant que je gardais l'homme engagé en conversation. L'investigateur revint bientôt et bien que la référence fut correcte, la recommandation n'était pas satisfaisante, et nous n'ouvrîmes pas de compte à ce particulier."

Cette manière d'agir a épargné à la maison bien du malaise et beaucoup d'argent. M. Léger est d'opinion que lorsque les gens gagnent beaucoup d'argent, ils doivent payer au comptant. Quant à cette maison, elle ne fait crédit que lorsqu'elle est certaine de son client.

Le vrai moyen de développer un commerce.

Interrogé sur la manière qu'il avait prise pour obtenir une clientèle et s'il avait fait usage de l'annonce, M. Léger a déclaré que sa clientèle lui venait surtout de la bonne renommée de la maison. C'est ce qui a été démontré récemment d'une façon unique, et que démontre aussi l'importance de garder longtemps le même local.

"J'étais récemment dans un magasin de gros lorsqu'un jeune homme vint à moi et me dit: Vous êtes M. Léger; vous avez un magasin sur l'avenue Mont-Royal. Je demeurais autrefois près de votre place d'affaires."

Je ne connaissais pas cet homme et j'étais étonné qu'il me connût. Nous recevons de nombreuses commandes par téléphone qui nous viennent de pratiques qui nous connaissent depuis des années et sont contents de nous donner leurs commandes. Ces pratiques qui étaient autrefois des enfants ou des jeunes gens du voisinage sont maintenant des hommes mariés. Ils nous confient leurs affaires parce qu'ils savent que nous donnons de bonnes valeurs."

Cela montre que la génération qui pousse observe plus qu'on ne le croit généralement. Elle a, comme nous venons de le remarquer dans les exemples cités plus haut, décidé consciemment ou non où elle achèterait lorsqu'elle établirait une famille.

La manière de faire des ventes.

Parlant de la vente des articles de meilleures qualités, M. Léger a déclaré qu'il avait trouvé par expérience que la bonne peinture, par exemple, était la seule qui se vende bien. La maison dont il fait partie s'était procuré à une certaine époque, une sorte de peinture qui n'était pas bonne. Il y eut des plaintes nombreuses. Les gens

trouvaient à redire et étaient généralement mécontents parce qu'ils n'avaient pas les résultats espérés.

Le marchand était blâmé tandis que s'il avait vendu une bonne qualité de peinture il n'y aurait pas eu de plaintes.

"Si le manufacturier nous donne la qualité dans ses produits, c'est ce que nous voulons. Nous vendrons les marchandises même si elles sont de prix élevés, a-t-il conclu."

o

LES FABRICANTS DE BROSSES A PEINTURE SONT ACTIFS

Les effets du chômage sur le commerce des brosses. — Pas de réduction probable de prix pour le commerce. — La famine en Chine peut faire monter les prix des soies de porc

Les fabricants de brosses à peinture sont tous très actifs, ce qui est exceptionnel en ce moment, nous disait ces jours-ci un manufacturier de pinceaux. La raison en est bien simple. Pour l'instant, il y a un grand nombre d'ouvriers sans travail. Il en est beaucoup qui possèdent une maison et comme ils n'aiment pas rester à ne rien faire, ils s'occupent à repeindre leurs propriétés. Ils le font eux-mêmes, se rendant bien compte qu'ils n'auront pas un aussi bon ouvrage que celui fait par un peintre qualifié, mais ils font de leur mieux et se procurent pour cet ouvrage un ou deux pinceaux de prix moyen, et la peinture nécessaire. Le marchand de quincaillerie devrait pousser la vente des peintures et pinceaux dans les temps difficiles, car on note dans beaucoup de districts que ces deux articles se vendent près du double de ce qui s'en vend dans les temps prospères dans les qualités moyennes et bon marché.

Pour ce qui a trait aux pinceaux à peinture, il ne semble pas devoir y avoir de réduction dans le prix des brosses à peinture pendant le commerce de printemps. La raison en est que tous les fabricants de brosses à peinture doivent acheter leurs soies un an d'avance. Les soies de porc viennent de Chine; elles sont récoltées dans le fin fond de la campagne et sont amenées aux ports où elles sont lavées, classées par grosseurs et préparées pour l'expédition. Ces soies sont offertes par les firmes de Chine en mars, avril et mai et sont expédiées pendant l'été, le plus souvent dans le mois de juillet, août et septembre; elles sont reçues par les manufacturiers de brosses, en octobre, novembre et décembre et transformées en brosses pour le printemps prochain; de telle sorte que vers la fin de décembre chaque fabricant de brosses à peintures a toutes les soies dont il s'attend à avoir besoin pendant la saison de printemps. Le manufacturier de brosses établit, en conséquence, ses prix en août ou septembre, aussitôt que tous ses contrats sont

passés pour les soies et ces prix doivent pratiquement rester stationnaires pendant un an.

Relativement à la tendance des prix après juillet 1921, les soies de porc en Chine se sont maintenues très fermes, bien que le prix de l'argent dont l'indigène est payé pour ses soies brutes ait diminué matériellement de valeur. Le prix actuel des soies apprêtées en Chine n'a que peu baissé. La famine doit avoir un très mauvais effet sur le prix des soies et les rendra probablement plus chères dans un an ou deux, pour la bonne raison que les porcs seront tués beaucoup plus jeunes qu'ordinairement ce qui provoquera une disette plus spécialement dans les grandes dimensions, car le porc doit être âgé de plusieurs années pour donner des soies de 4 à 5 ou 6 pouces de long.

Cette tendance se manifeste même à présent par la baisse de prix des courtes dimensions pour le commerce de 1922 et la grande avance qu'on prévoit pour les longues dimensions. On fait rapport de Chine que, par suite de la famine, la production des soies de porc cette année sera de 40 pour 100 au-dessous de la moyenne.

Il est très difficile de dire ce que seront les prix en juillet ou août. Dans les circonstances présentes c'est dans ce mois que tous les fabricants de brosses doivent nécessairement fixer leurs prix pour l'année suivante et bien que tout fabricant de brosses espère des prix plus bas, les faits semblent indiquer des prix plus élevés car les perspectives d'une rareté notoire semblent s'affermir de plus en plus. Bien que l'indigène soit payé en argent, les marchandises sont toutes vendues en livres, shillings et pences et la constante avance, dont nous sommes très heureux dans un sens car nous voudrions voir le change du sterling monter au pair, donne un prix plus élevé évidemment en argent canadien pour les soies de porc à mesure que le change de la livre remonte.

Il s'ensuit que les probabilités de baisse des prix semblent s'estomper un peu en ce qui a trait à l'industrie des brosses à peinture.

LA CONSTRUCTION A MONTREAL

Au moment où la course au logement est l'événement de l'heure et où tout le monde se lamente sur la rareté de cette "commodité", il n'est pas sans intérêt de voir les progrès signalés dans la construction à Montréal et qui ressortent du rapport de M. J. E. Carmel, surintendant du service municipal de l'inspection des bâtisses et dont nous reproduisons ci-dessous les principaux points :

M. Carmel explique dans ce rapport qu'il a été émis durant l'année 1920, 2,699 permis, dont 1,416 pour des constructions nouvelles, représentant une valeur de 11,157,591 et 1,283 pour les réparations, additions et modifications, représentant une valeur de \$2,910,018, soit un total en valeur de \$14,067,609, et une augmentation de \$4,033,718 sur l'année 1919.

Cette somme de \$11,157,597 pour des constructions nouvelles, est répartie comme suit : janvier, \$156,615 ; février, \$254,300 ; mars, \$599,905 ; décembre, \$543,180.

Le détail de la valeur des permis de construction nouvelles dans chacun des quartiers, accordés par la ville en 1920, est comme suit : Notre-Dame-de-Grâce, \$2,250,232 ; St-Georges, \$896,965 ; St-Gabriel, \$1,255,511 ; Laurier, \$966,513 ; St-Laurent, \$796,375 ; Mercier-Maisonnette, \$1,004,125 ; Hochelaga, \$748,030 ; Ste-Marie, \$489,350 ; Ste-Anne, \$419,280 ; St-Henri, \$461,175 ; St-Louis, \$361,390 ; St-Jacques, \$39,600 ; Ahuntsic-Bordeaux, \$353,560 ; St-Jean-Baptiste, \$284,805 ; Delorimier, \$315,745 ; St-Denis, \$240,490 ; Papineau, \$99,115 ; St-Joseph, \$46,850 ; Lafontaine, \$60,800 ; St-André, \$67,680, formant le total de \$11,157,581.

Depuis l'année 1911, la valeur totale indiquée sur les permis de constructions et de réparations, ont été comme suit :

En 1911, \$14,579,952 ; en 1912, \$19,408,690 ; en 1913, \$27,032,690 ; en 1914, \$17,638,446 ; en 1915, \$8,511,221 ; en 1916, \$5,334,184 ; en 1917, \$4,387,638 ; en 1918, \$4,882,873 ; en 1919, \$10,033,901 ; et en 1920, \$14,067,609.

Les nouvelles constructions pour l'année 1920, se subdivisent comme suit :

Logements (comprenant les maisons transformées en maisons de rapport) 1,273 ; magasins, 35 ; théâtres, 5 ; entrepôts, 50 ; manufactures, 73 ; églises, 6 ; écoles, 9 ; glaciers, 3 ; hôpitaux, 2 ; bureaux, 14 ; écuries, 30 ; hangars, 321 ; garages, 260 ; divers, 40.

Quant à la construction de nouveaux logements, les chiffres sont comme suit, dans les différents quartiers de la métropole :

Notre-Dame-de-Grâce, 415 nouveaux logements ; St-Gabriel, 69 ; Laurier, 124 ; St-Laurent, 75 ; Mercier-Maisonnette, 181 ; Hochelaga, 84 ; Ahuntsic-Bordeaux, 130 ; Delorimier, 30 ; St-Denis, 52 ; Papineau, 30.

Des certificats ont été émis pour les industries, édifices publics et privilèges suivants : emmagasinage de combustibles divers, 334 ; boutiques à bois, rembourreurs, tonneliers, 275 ; boutiques de forge, 235 ; moteurs électriques et autres, 3,228 ; réservoirs à gazoline, 290 ; fonderies, 24 ; emmagasinage de pièces pyrotechniques, 92 ; théâtres et salles de vues animées, 66 ; salles de réunions et d'amusements, 98 ; divers, 25 .

DROITS DEMANDES SUR LE FLUORURE DE CALCIUM

Belleville. — Le conseil du comté d'Hastings a adressé un mémoire au ministre des finances, demandant qu'à la prochaine session du parlement fédéral une loi soit passée imposant un droit de douane de \$5.00 la tonne sur les importations de fluorure de calcium. C'est une des plus importantes industries minières d'Hastings, et qui a été presque tuée par le manque de marché permanent. Aujourd'hui, il y a un droit de \$1.50 sur le fluorure de calcium entrant aux Etats-Unis et il est proposé que ce droit soit élevé à \$5.00. Le fluorure de calcium des Etats-Unis est admis en franchise au Canada.

LE GUIDE DU PEINTRE

Les surfaces extérieures et les manières de les peindre

(a) *NOUVEAU BOIS.*—Une peinture préparée dans une grande variété de couleurs, devrait être employée pour peindre les boiseries extérieures, telles que côtés, garnitures, châssis, etc., en trois couches. La peinture doit être éclaircie avec de l'huile de lin crue pure et de l'esprit de térébenthine pur, comme suit: Pour le pin blanc, le peuplier, l'épinette, bois gommeux, bois rose, cèdre et cèdre blanc, employez pour la première couche la peinture de couleur éclaircie avec un gallon d'huile de lin crue pure et d'une chopine d'esprit de térébenthine pur pour chaque gallon de peinture; pour la troisième ou dernière couche, appliquez la peinture telle qu'elle sort de la boîte (excepté les couleurs très foncées, dans ce cas moins d'huile et plus de térébenthine doit être employée pour la couche d'apprêt.) Pour la pruche cyprès, cèdre Washington, cèdre rouge, pin dur (de George, Norvège et du sud) employez comme première couche de la peinture de couleur choisie, éclaircie avec un demi gallon d'huile de lin et un gallon d'esprit de térébenthine pur pour chaque gallon de peinture, pour la troisième couche, employez la peinture telle qu'elle est.

(b) *VIEUX BOIS.* — Avant de peindre les boiseries extérieures assurez-vous que la vieille peinture est enlevée, et que la surface est exempte de graisse, de suie, etc. Appliquez deux couches de peinture et étendez-la bien avec le pinceau, et laissez écouler de 24 à 36 heures entre les couches, afin qu'elles sèchent complètement. S'il est nécessaire d'éclaircir la peinture n'employez que de l'huile de lin crue pure et de la térébenthine. Sur le vieux bois à peu près un quart de gallon d'esprit de térébenthine pur et un quart de gallon de peinture, afin de rendre la première couche très mince et de pénétrer la surface tout en facilitant le séchage de la nouvelle couche de peinture.

(c) *Les planches de vérandas à peindre.* — Pour les nouveaux planchers de porche employez trois couches de peinture à véranda. La première couche doit être éclaircie avec à peu près une pinte d'huile de lin crue pure et une pinte d'esprit de térébenthine pur pour chaque gallon de peinture. Les deuxième et troisième couches sont appliquées avec la peinture telle qu'elle est dans la boîte. Pour les vieux planchers ayant déjà été peints deux couches de cette peinture seront suffisantes. Pour le canevas posé sur le plancher des vérandas-dortoirs éclaircissez la première couche avec un demi gallon d'huile de lin crue pure pour chaque gallon de peinture et omettez la térébenthine. Pour la deuxième et troisième couche employez la peinture telle qu'elle est.

(a) *Extérieur des portes. — Teintes et vernis.* — Appliquez une couche de Wood Tint ou de Oil Wood Stain. (Laissez la teinte à l'huile reposer sur le bois quelques

minutes ou jusqu'à ce qu'elle pénètre le bois et ensuite enlevez le surplus avec un linge doux.) Après avoir laissé sécher 24 heures, le bois, s'il est à grain ouvert comme le chêne, le noyer et autres de même variété, doit être recouvert de pâte à remplissage Eureka, dans la couleur choisie. Le remplissage doit être éclairci à l'épaisseur de la crème et appliqué avec un pinceau à grosses soies, et il faut essuyer le surplus avec du burlap ou de l'excelsior, ne laissant que juste assez de remplissage pour boucher les pores du bois. Après 24 heures la surface doit être polie avec du papier sablé 00. Recouvrez cette surface de deux couches de vernis Sunspar, et laissez écouler 36 heures entre les couches pour donner le temps de sécher et de passer la première couche de vernis au papier sablé 00. Si l'on désire obtenir une surface mate frottez la dernière couche de vernis, lorsqu'elle est durcie, avec une pierre ponce et de l'huile. Les portes en bois à grain serré, tel que le cyprès, le pin, etc., doivent être traitées de la même manière, mais la pâte à remplissage ne doit pas être employée.

(b) *Extérieur des portes.* — Pour donner un fini acajou aux portes en bouleau, érable ou acajou, appliquez d'abord une couche de Wood Tint d'acajou ou Oil Wood Stain. Après avoir laissé sécher durant la nuit le bois doit être poli au papier sablé et recouvert de pâte à remplissage Eureka foncée. Après avoir laissé sécher la pâte durant 24 heures, et avoir poli la surface au papier sablé 00 jusqu'à ce qu'elle soit douce, appliquez deux couches, ou plus, de vernis Sunspar, en éclaircissant la première couche avec à peu près une chopine de térébenthine pour chaque gallon de vernis. Il faut laisser écouler de 36 à 48 heures entre les différentes couches pour leur donner le temps de sécher et pour polir la première couche au papier sablé. Pour obtenir un fini mat la dernière couche doit être polie avec une pierre ponce et de l'huile ou une pierre ponce et de l'eau, après que le vernis est bien durci (après 48 heures.)

(c) *Portes, porches, plafonds, bateaux, canots, clubs de golf, etc.* — Le vernis Sunspar doit être employé pour vernir ces surfaces. Pour une surface neuve appliquez trois couches, en éclaircissant la première couche avec de l'esprit de térébenthine pur dans la proportion d'une chopine de térébenthine par gallon de vernis, laissez écouler 24 heures entre les couches et polissez la première et deuxième couche au papier sablé 00. Pour les surfaces ayant déjà été vernies appliquez deux ou trois couches de Sunspar tel qu'indiqué pour les surfaces nouvelles; nettoyez la surface afin d'enlever les taches qui paraîtraient au travers du vernis.

(d) *Pour émailler les portes.* — Appliquez deux couches au plus, de blanc mat ou Sanitone afin de faire une

base pour la couche d'émail. Laissez sécher pendant 24 heures chacune des couches et polissez au papier sablé à finir 00, et évitez que les coups de pinceau paraissent. Après que les couches de dessous sont parfaites, appliquez deux couches d'émail Aiba-Gloss, en laissant écouler 48 heures entre les couches pour qu'elles sèchent.

(e) *Pour finir le ciment, concret, stuc et la brique;* le surfaceur à concret et la peinture sont recommandés pour ces surfaces. Voyez à ce que ces surfaces soient exemptes de poussière et de graisse et qu'elles soient sèches. Le surfaceur à concret devrait être appliqué comme couche d'apprêt (dans plusieurs cas le surfaceur est employé seul comme couche à l'épreuve de l'eau). Le Concrete and Cement Paint doit être employée telle qu'elle est dans la boîte. Pour obtenir de bons résultats sur du béton de consistance ordinaire, deux couches sont suffisantes. Pour des surfaces très lisses et très dures la première couche peut être éclaircie avec de l'esprit de térébenthine pur, dans la proportion d'une chopine à une-pinte de térébenthine par gallon de peinture.

(a) *Pour peindre les granges, mangeoires, clôtures, bois brut et hangars,* la peinture Homestead Red ou peinture à granges (en quatre couleurs) est excellente pour l'extérieur de ces bâtisses. Agitez bien la peinture jusqu'au fond de la boîte, et appliquez la première couche éclaircie avec un demi gallon d'huile de lin crue pure par gallon de peinture, et employez un pinceau de soies de porc. Pour la deuxième couche la peinture doit être éclaircie avec un quart de gallon d'huile de lin crue pure par gallon de peinture. Tenez la boîte bien couverte lorsque vous ne vous en servez pas. Avant de peindre une vieille surface enlevez toute la vieille peinture.

(b) *Toiles et fils métalliques.* — Employez la Wire Screen Paint (noire et verte). Brossez bien la surface pour enlever la poussière. Appliquez une couche de la peinture à tissus métalliques, en l'étendant bien avec le pinceau au lieu de l'appliquer en couches épaisses. Peinturez le cadre avec la même peinture ou avec la peinture noire.

(c) *Pour peindre les meubles de porche et de jardin,* les Auto et Coach Colors sont appropriées pour finir toutes sortes de châssis de porche, balançoires de jardin, bancs, sièges, etc. Lavez l'article à être peinturé et voyez à ce qu'il soit sec et exempt de graisse. Agitez la peinture avant de l'appliquer, et ensuite étendez-la également partout, mais pas en couche épaisse. Employez un pinceau mou à soies de porc. Si la peinture paraît être trop épaisse pour certain travail éclaircissez-la avec de l'esprit de térébenthine pur, à peu près une chopine par gallon de peinture.

(d) *Pour teinter les bardeaux, planches brutes, etc.,* employez la teinture à bardeaux Créosote, telle qu'elle est, après l'avoir agitée avec une palette de bois large (agitez-la souvent en l'employant). Appliquez deux couches au pinceau sur le bois en place, mais les bardeaux pas encore posés doivent être plongés dans la peinture et peints après qu'ils sont posés. Ne les laissez pas tremper dans la teinte; plongez-les et retirez-les rapidement.

(e) *Chevrons, charpentes, etc.* — La méthode suivante est fréquemment employée pour finir l'extérieur des maisons dont les murs sont faits de béton ou de stuc. D'abord, appliquez une couche de teinture à bardeaux Créosote dans la couleur choisie, et ensuite appliquez deux couches d'huile de lin bouillie pure, qui doit être éclaircie avec de l'esprit de térébenthine pur, à peu près une chopine de térébenthine par gallon d'huile.

(f) *Pour peindre les feuilles de fer-blanc et de métal, les corniches, etc.* — La peinture à toit Diamond doit être employée comme première couche sur la tôle galvanisée, feuilles métalliques, etc. Elle est prête à être appliquée et devrait être bien étendue, et suivie d'une seconde couche dans les 48 heures.

(g) *Pour peindre les instruments aratoires, les wagons, les outils, etc.,* employez la peinture à wagon et à instruments. Préparez la surface à être peinte afin qu'elle soit propre et exempte de graisse ou d'huile et qu'elle soit complètement sèche. Agitez la peinture jusqu'au fond de la boîte, et appliquez une légère couche sur les endroits usés ou nus. Laissez sécher durant 24 heures, et appliquez une couche égale sur toute la surface avec un pinceau à soie de porc. Tenez la boîte couverte lorsqu'elle ne sert pas.

(h) *Pour peindre les clôtures de fer, les volets, devants de magasins, etc.,* la peinture "Crown Imperial" d'un beau vert, en trois nuances, est appropriée pour les surfaces de ce genre. Éclaircissez à l'épaisseur de la peinture avec de l'huile de lin pure bouillie. Appliquez-la après l'avoir bien agitée et étendez-la avec le pinceau au lieu d'appliquer une couche épaisse. Toute la peinture sur des surfaces précédemment finies doit être enlevée auparavant.

(a) *Les échelles de sauvetage, volets en fer et autres surfaces extérieures en fer.* Pour peindre ces surfaces la peinture à pont et à toit Graphite (liquide) en six couleurs, est très économique; elle conservera et protégera les surfaces métalliques. Avant de l'appliquer il faut enlever toute substance étrangère, telle que la rouille, les écailles de fer, et toute huile animale et minérale. Pour les petites surfaces on peut faire ce travail avec une brosse à soies métalliques. Lorsque la rouille est épaisse il est mieux de se servir d'une torche de gazoline. Ce graphite est prêt à poser et il n'y a qu'à l'agiter. Étendez-le bien avec le pinceau, en ayant soin de peindre autour des rivets et autres endroits semblables. Il faut toujours appliquer deux couches—trois sont encore mieux. La Diamond pour ponts et toits est un autre produit employé pour renouveler le fini sur du bois brut, métal, fer blanc, etc. Le mode d'emploi est le même que ci-dessus.

(b) *Pour nettoyer l'argent, l'or, le cuivre, etc.,* employez le Sun Brass Polish. Agitez-le bien dans la boîte avant de l'employer et appliquez-le sur les parties à polir avec un linge doux. Laissez-le reposer sur la surface quelques minutes et ensuite polissez avec un linge lainé propre. Ce fini n'a pas été fait pour être employé sur le cuivre mat mais sur celui qui a un fini brillant. Il est excellent pour nettoyer l'argenterie, les montres, etc.

(c) *Pour repolir les automobiles, les carrosses, bogheis, carrosses de bébés, etc.* Avant de commencer ce travail il est nécessaire de s'assurer que la température soit d'à peu près 60, 65 ou 70 degrés Fahrenheit. Lavez la surface à être polie afin d'enlever la graisse qui peut s'y trouver et lorsqu'elle est bien sèche, passez le papier sablé sur la vieille couche de vernis et époussetez-la complètement. Faites couler (c'est-à-dire mettez de la peinture en abondance sur le pinceau) une couche d'Auto and Coach Color. Agitez-la avant de vous en servir. Après 48 heures frottez la surface légèrement au papier sablé, et appliquez une couche finale de Carriage Varnish. Si l'on désire un fini mat, frottez légèrement cette couche de vernis après qu'elle a séché durant 48 heures, avec une pierre ponce et de l'huile.

(d) *Pour parer les rideaux et capotes de carrosses, etc.,* employez le Carriage Top Dressing. Nettoyez la surface devant être peinte et laissez-la sécher. Ensuite appliquez une couche de Carriage Top Dressing, et étendez-le complètement. L'on peut appliquer une autre couche dans l'espace d'une journée si on le désire.

(e) *Pour laver les automobiles, etc.* D'abord enlevez toute la boue soigneusement. Faites couler un filet d'eau sur la surface à nettoyer, en employant un boyau sans lance pour ce travail, et tenez-le si près que l'eau tombe sur la surface à angle droit. Ensuite enlevez la graisse et la poussière, etc., avec un savon à l'huile pur.

(f) *Pour polir les automobiles, etc.* Nettoyez tel qu'indiqué précédemment, appliquez de la cire liquide à polir avec un chamois ou un linge doux, et frottez après que la cire a séché pendant vingt ou trente minutes.

(g) *Pour épousseter et polir les automobiles, etc.* Lorsque la surface n'est pas couverte de boue employez le Sun Polish, appliquez-le avec un linge doux imbibé et frottez rapidement. Ce procédé enlève la couche bleuâtre causée par l'humidité, etc.

(h) *Pour repeindre les raquettes de tennis,* employez le shellac pur. Mettez une ou deux couches, en laissant écouler une journée entre chacune. Ce procédé aidera à conserver les cordes et le manche ainsi que la charpente.

o

POUR AUGMENTER LA VENTE DES ACCESSOIRES A FOURNAISE

Il est possible de faire un étalage effectif.—Comment faire un étalage montrant des dessous de poêle, des pelles, des tamis, des blindages en amiante, etc. L'enchaînement de la réclame et de l'étalage.

Dans les préparatifs que l'on peut faire pour vendre des accessoires de poêles et de fournaïses, on doit faire une large part à l'étalage et bien qu'il semble de prime abord que ces accessoires se prêtent peu à l'étalage, il n'en reste pas moins vrai qu'un petit effort de la part de l'étalagiste lui permettra de faire un étalage qui amènera des ventes. Un plan préparé d'avance donnera le

meilleur résultat et l'homme qui a charge de l'étalage des vitrines, en étudiant le plan pendant quelques minutes, pourra obtenir les meilleurs résultats dans la préparation des vitrines.

Le fond de la vitrine

Une des premières choses à faire, est de préparer le fond de la vitrine. Ce serait une dépense justifiable de se procurer quelques rouleaux de papier-crêpe, disons par exemple de nuance bleue. Après avoir fixé ce papier au fond de la vitrine, on pourra étaler, en forme de lozanges, les nattes à fournaïses et les dessous de fournaïses. Entre ces articles, on pourra étaler de petites pelles à fournaïse, des tours de tuyaux, des fils pour tuyaux de poêle, des tisonniers, des clefs pour lever les rondelles des chaudières à charbon, etc. Cette idée pourrait être suivie dans un bout de la vitrine ou aux deux bouts, dans une vitrine du centre du magasin.

Le fond de cet étalage une fois terminé, il sera facile d'en préparer le devant en quelques minutes. C'est une épargne de temps qui en vaut la peine.

Le devant.

Le devant de la vitrine pourra être simplifié, une fois que le fond aura été mis en place. Au nombre des articles que l'on étalera seront les tamis ou sas à cendre. Dans l'étalage se trouveront sans doute de grands sas en fer galvanisé et de petits sas en fil de fer de l'ancienne mode. Ces tamis pourront être placés épars sur le plancher de la vitrine et pour faire un étalage extraordinaire, il serait bon de placer dans la vitrine un ou deux barils vides et de placer dessus des sas à cendre. Cet étalage sortirait de la routine et attirerait certainement l'attention des passants.

Comme complément à cet étalage, il pourrait y avoir quelques rouleaux d'amiante et au moyen d'une pancarte on pourrait indiquer l'utilité de l'amiante pour envelopper les conduites de fournaïses et pour épargner la chaleur.

Dans la même vitrine on pourra montrer des pyramides de réceptacles à cendre, des pelles à feu de différentes sortes et de différentes grandeurs, les tisonniers, des garnitures de poêle en ciment. Dans le centre de l'étalage, sur un chevalet élevé ou suspendu au plafond, pourra se trouver une enseigne attirant l'attention sur le fait que tous les objets étalés sont des accessoires de chauffage et qu'ils sont tous utiles à la maison.

Pour l'enchaînement

Ce serait une erreur de placer dans une vitrine un tel étalage sans faire insérer une annonce dans les journaux quotidiens ou hebdomadaires pour attirer l'attention.

Les résultats que l'on obtiendrait de ces étalages justifieraient les dépenses qu'ils pourraient occasionner. Ils devraient être faits fréquemment parce que les suggestions jouent un rôle important pour disposer de telles marchandises en grande quantité.

Les relations du Marchand-Détaillant avec son banquier

Le marchand ne peut rien faire de mieux que de soumettre périodiquement à son banquier un état de compte de ses affaires. Les marchands-détaillants ne sont pas tous de bons hommes d'affaires. — Les banquiers exigent une connaissance des affaires de leurs clients. — Exactitude nécessaire.

(Par un banquier).

« Nous banquiers sommes humains, en dépit de ce que peuvent penser autrement les hommes d'affaires. Le banquier, en vérité, est un bon homme d'affaires. Le respect qu'il doit aux lois et à ses déposants, pour ne rien dire de son propre bien-être financier, demande qu'il remplace la sympathie qu'il serait porté à avoir pour le marchand qui demande un emprunt, par l'exercice d'un jugement sain.

Ne croyez pas que nous riions méchamment sous cape lorsque vous avez besoin d'argent pour rencontrer vos billets ou pour payer vos intérêts sur hypothèque et que vous venez à nous. Ne nous donnez pas de vilains noms s'il arrive que nous refusions. Tout se fait dans l'intérêt des affaires. Personnellement, je pourrais aimer à faire un prêt à Jones ou à Thompson, qui sont mes voisins et mes amis, mais je suis convaincu que ce serait une mauvaise affaire et l'amitié ne peut compter en dehors d'une certaine limite. Accorder des prêts dans certains cas serait faire tort à l'emprunteur aussi bien qu'au banquier, parce que l'emprunt donne souvent de mauvaises habitudes.

Pourquoi être si sévère.

Plusieurs marchands de détail ne peuvent comprendre une telle sévérité et ne saisissent pas la raison pour laquelle des états de compte sont trouvés peu satisfaisants. La réponse c'est que tous les marchands détaillants ne sont pas de bons hommes d'affaires. Ils ne possèdent pas assez d'informations au sujet de leurs affaires pour donner un état de compte sur lequel on peut se fier. Si ces marchands ne peuvent donner des raisons pour justifier la confiance qu'ils demandent, pourquoi blâmeraient-ils le banquier?

L'époque des méthodes d'affaires à la bonne franquette est passée. Les marges de profits deviennent de plus en plus étroites, de sorte qu'il est nécessaire de suivre une comptabilité plus soignée et une gérance meilleure pour réaliser un profit. De plus, le commerce de détail est devenu tellement complexe quant au stock, aux saisons et aux escomptes, qu'il est devenu nécessaire d'avoir une bien plus grande compétence et exactitude qu'il n'en fallait à nos grands-pères il y a vingt ans.

Etat de compte propre aux affaires.

C'est pour cette raison que le banquier demande un état de compte exact, sur lequel il peut se fier. Il ne peut compter sur un à peu près. Le marchand détaillant peut se tromper au sujet de sa valeur actuelle et de ses profits, mais la chose n'est pas aussi facile au banquier qui ne garde pas dans ses livres des stocks et des comptes sans valeur année après année.

Pourquoi le banquier devrait-il faire crédit? Cela dépend d'un grand nombre de choses. Le marchand peut être coté dans quelque bureau de crédit. Le banquier peut avoir eu des relations d'affaires avec lui autrefois. Il pourrait avoir à examiner des valeurs et des références. Plusieurs facteurs aideront au banquier, au marchand de gros et aux autres hommes d'affaires à décider si certains clients devraient recevoir l'accommodation qu'ils demandent.

Dans tous les cas, ce qui est toujours certain, c'est que le marchand détaillant devrait être prêt à soumettre périodiquement à son banquier un état financier et il devrait en faire autant pour ses marchands de gros, ses jobbers et autres agences mercantiles. La franchise, la franchise absolue et l'honnêteté seront d'un grand avantage dans la plupart des cas et donneront une meilleure réputation au marchand qu'il pourrait avoir autrement.

Il faut protéger jalousement son crédit.

Il n'est pas exagéré de dire que bon nombre de marchands ne jouissent pas du crédit auquel ils ont droit. C'est parce qu'ils ne tirent pas avantage de leur escompte au comptant et parce qu'ils ne sont pas en état de fournir un état de compte financier qui leur fasse justice.

Le crédit est une bonne chose qu'il faut jalousement protéger. Le bon crédit permet au marchand d'acheter en des endroits où il lui faudrait autrement de l'argent comptant. Les marchands de gros de bonne réputation et les manufacturiers favorisent de plus en plus leurs meilleurs clients de différentes manières. Mais ce qu'il y a de mieux dans l'établissement d'un bon crédit, c'est que le marchand est ainsi préparé à faire face aux époques où il lui faut absolument de l'argent ou un bon crédit.

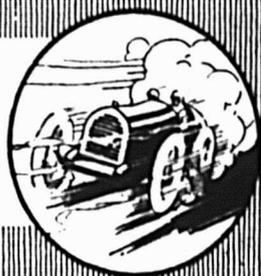
Ce que devrait contenir un bon état de compte.

Que devrait contenir un bon état de compte financier? Il devrait donner en détail l'actif et le passif du marchand et ses profits ou ses pertes durant les derniers six mois de l'année. Il ne devrait pas y avoir d'équivoque ou de fausses évaluations dans un tel état de compte. Il est étonnant de constater combien il y a de marchands qui fixent une évaluation artificielle sur leur stock et leur

(A suivre à la page 50)



SECTION DE L'AUTOMOBILISME



LE MARCHÉ DE L'AUTOMOBILE N'A PAS DE SURCROÏT DE STOCK

L'assertion maintes fois répétée que les marchands d'automobiles avaient un lourd surcroît de stock est complètement niée par un écrit signé de M. T. A. Russel, président de la Willys-Overland Co. La remarque a souvent été faite qu'aussitôt que les prix furent réduits, il y a quelques mois les marchands se ruèrent à l'achat et se chargèrent de gros stocks pour le commerce de 1921 mettant ainsi un terme à l'achat pour quelque temps en ce qui les concerne. Voici à ce propos la déclaration de M. Russell:—

“Les marchands d'automobiles du Canada peuvent regarder l'année 1921 avec confiance. Les statistiques qui furent préparées par les manufacturiers et les marchands pour être soumises au Gouvernement en rapport avec la question des taxes de luxe, ont montré le fait surprenant que le nombre total d'automobiles aux mains des marchands dans tout le Canada ne dépassait pas la production normale des usines canadiennes pour un mois. En d'autres termes, un mois de ventes normales suffirait à écouler un plus grand nombre d'automobiles que ceux en stock aux mains des marchands du Canada, au 1er janvier 1921”.

LES PREVISIONS SONT BONNES DANS L'INDUSTRIE DES PNEUMATIQUES

“La position de l'industrie des pneumatiques peut se résumer comme suit: Le summum d'activité a été atteint en mars 1920, mais depuis ce temps, pendant tout l'été le commerce de pneus a été calme.” Telle est l'opinion d'un membre influent d'une compagnie de pneumatiques discutant de la question.

“Cela est dû à deux ou trois causes. En premier lieu, la réduction du crédit vint affecter la vente des automobiles et par le fait, influencer fâcheusement l'industrie des pneumatiques. En second lieu, les gens se retinrent d'acheter dans l'espoir d'une réduction des prix, et enfin, en troisième lieu un esprit de conservation se répandit et les gens se mirent à soigner leurs pneus et à économiser en ne prenant pas de pneus de rechange à un point qui n'avait encore jamais été vu jusqu'ici.

“Les conséquences furent évidemment la dégringolade des ventes de pneumatiques.

“Les choses, cependant, ne sont plus ainsi. Depuis le milieu de novembre la situation a changé et l'augmentation des ventes pour le mois de décembre est plus forte que celle de novembre et il y a toute raison de croire qu'avec l'abolition de la taxe de luxe un regain d'activité caractérisera le commerce des pneumatiques au printemps.

“Il est possible, du fait des conditions de la récolte du coton qu'il y ait une restriction considérable dans la production du coton. Il est aussi raisonnable de croire qu'un grand nombre de personnes différeront leurs achats de pneus jusqu'au printemps. Les conséquences de ces deux choses seraient que les marchands et les manufacturiers qui ont acheté au jour le jour se trouveront probablement au printemps dans l'impossibilité de faire face à la demande.”

Il est bon de se rappeler que le nombre des automobiles au Canada augmente d'environ 25 pour 100 par an, sans parler de l'augmentation du développement et de la vente des trucks et des possibilités qui se rencontrent dans le Dominion pour les autobus.

Devant ces constatations, on ne saurait entrevoir qu'avec optimisme l'année 1921.

Les conditions de main-d'oeuvre dans l'industrie des pneumatiques ont été généralement très bonnes. Il convient de dire que la moyenne des salaires dans le commerce des pneumatiques est au moins aussi élevée et même plus élevée dans bien des cas que dans toute autre industrie. Le salaire moyen dans une des principales usines de pneumatiques est de plus de \$31.00 par semaine depuis une période considérable.

Tout le monde sait que les prix des pneumatiques n'ont été que très peu réduits pendant ces dernières semaines. Il n'y eut jamais besoin de réduire les prix des pneus parce que, comme il a été souligné fréquemment, le pourcentage d'augmentation dans les prix des pneumatiques pendant les six dernières années a été presque négligeable, de sorte qu'il serait déraisonnable d'espérer un très grand changement en matière de prix. Les possibilités dans le domaine de l'exportation sont très belles. Tout compte fait, on peut dire que l'industrie des pneumatiques se trouve en ce moment dans une situation plutôt rassurante.

UNE CAMPAGNE D'HIVER POUR VENDRE DES TRACTEURS

(Par Arnold P. Perkes.)

L'histoire rapporte que lorsque Mahomet eut commandé à la montagne de venir à lui et que celle-ci fut restée immobile, il s'écria que si la montagne ne voulait pas aller à Mahomet, Mahomet irait à elle. Il y a une leçon dans cette histoire pour le commerçant de tracteurs qui a été désappointé quant au nombre de ventes qu'il a faites pendant l'hiver. C'est un cas où le marchand ne devrait pas attendre que les affaires viennent à lui, mais où il devrait aller chercher les affaires.

Dans les conditions actuelles, on ne doit pas s'étonner de l'hésitation des fermiers à acheter un tracteur ou même à commander un tracteur, parce qu'ils ont l'espoir que les prix seront quelque peu plus bas dans quelques mois. Des autorités compétentes ont exprimé l'opinion, toutefois qu'il y a très peu de probabilité de réduction générale des prix des tracteurs dans les prochains six mois. Bien qu'il y ait eu quelques légères réductions, il y a eu plus d'augmentations, d'après ce que l'on peut juger par les indications, il est peu vraisemblable qu'il y ait une réduction substantielle d'ici à quelque temps. Ces faits pris en considération et aussi la garantie que les manufacturiers donnent à leurs clients pour les protéger contre toute réduction immédiate, le commerçant a un bon point de départ pour sa campagne d'hiver pour la vente des tracteurs.

Pourquoi les fermiers devraient acheter des tracteurs maintenant.

Il y a un bon nombre de raisons pour démontrer qu'il est de l'avantage du fermier d'acheter des tracteurs maintenant, plutôt que d'attendre au printemps. L'une de ces raisons est que le fermier qui achète plusieurs mois avant que les travaux du printemps commencent aura une excellente occasion de se familiariser avec la manière de s'en servir et d'en prendre soin. Il le fera peut être servir à des travaux de grange en se servant d'une courroie, et il sera absolument prêt à s'en servir pour les travaux de la terre à l'arrivée du printemps. De plus, l'usage que l'on fait du tracteur pour faire des légers travaux au moyen d'une courroie est le meilleur moyen d'en faire l'essai et de prolonger sa durée. La pratique de mettre les tracteurs tout neufs aux durs travaux du labourage est trop commune. Cela signifie que le moteur du tracteur doit développer de quatre-vingt à cent pour cent de sa capacité enregistrée, avant que la surface des parois du cylindre, les chevilles, les boulons aient eu le temps de se polir et de se stabiliser.

La plupart des propriétaires d'autos ont appris qu'il

vaut mieux de faire subir graduellement un entraînement à ces machines, s'il est permis de s'exprimer ainsi, et de ne pas les faire rouler trop vite avant qu'elles aient fait au moins cinq cents milles. Il est même plus important que le moteur du tracteur soit entraîné avec autant de soin, mais un bon nombre d'hommes qui ne maltraiteraient pas un automobile abuseront d'un tracteur de la manière dont il est fait mention plus haut.

De plus, en faisant une commande à bonne heure et en ayant le tracteur livré avant qu'on en ait besoin pour le travail du printemps, on aura amplement le temps de s'assurer que tout est en bon fonctionnement, parce que, alors que les conditions de transport se sont améliorées quelque peu depuis quelques mois, si tous ceux qui veulent acheter un tracteur attendent au dernier moment pour faire leur commande, il est presque certain qu'il y aura de la confusion et de l'encombrement pour faire les livraisons.

Le fermier a plus de temps pendant l'hiver

Il y a une autre bonne raison pour pousser la campagne pendant l'hiver; c'est parce que pendant cette saison de l'année, les fermiers ont plus de temps pour lire les catalogues et autres réclames que pendant les autres saisons. De plus, ils auront plus de temps pour discuter la question et pour se rendre à l'entrepôt des machines pour en faire l'examen.

Au lieu de considérer l'hiver comme une saison de tranquillité pour le commerce de tracteurs, le commerçant actif, celui qui voit les choses sous leur vrai jour, mettra ses meilleurs efforts pour intéresser suffisamment ses clients en perspective maintenant pour les décider à faire leurs commandes. On devrait tirer avantage de chaque vente et de l'aide que le manufacturier met à la disposition des commerçants.

Comme on l'a déjà dit, les fermiers ont plus de temps pour lire les réclames pendant l'hiver que pendant les autres saisons, et le commerçant devrait voir à ce que tous ses acheteurs en perspective soient bien pourvus de catalogues de tracteurs pendant les mois d'hiver. Il ne devrait pas commettre l'erreur d'envoyer un gros lot de cette littérature à la fois, mais il devrait espacer ces envois de réclames et de catalogues de façon à maintenir l'intérêt de la pratique.

Annonces dans les journaux locaux.

Le commerçant ne devrait pas non plus manquer de tirer avantage de l'opportunité que lui fournissent les journaux locaux d'annoncer ses tracteurs durant les mois d'hiver. Il n'y a pas de meilleur temps pour placer devant les fermiers les arguments qui sont en faveur des tracteurs pour l'usage de la ferme que pendant cette saison de l'année. Si le commerçant a des échantillons en main, ce que tout commerçant devrait avoir, il serait bon de mettre une invitation dans l'annonce ou dans la littérature que l'on distribue de venir inspecter la machine.

Le vendeur ne devrait pas manquer non plus de se préparer à faire une bonne démonstration du tracteur lorsqu'il se présentera des visiteurs. S'il prend l'attitude que l'hiver est une saison morte pour la vente des tracteurs et qu'il relègue sa machine dans quelque coin obscur, il ne manquera pas de créer la même impression chez le fermier, au lieu que, si la machine est mise bien en vue et accessible de toutes parts à l'inspection, non seulement il est plus facile d'examiner la machine dans tous ses détails, mais il est aussi plus facile de créer l'impression chez le fermier que c'est le temps de donner une sérieuse considération à l'achat d'un tracteur.

Les tracteurs utiles pour se débarrasser de la neige

Un bon nombre de vendeurs de tracteurs ont obtenu de la publicité gratuite pour leurs tracteurs en les utilisant pour ouvrir les rues après des tempêtes de neige. Dans quelques cas, ils ont équipé leur machine d'une sorte de chasse-neige pour refouler la neige de côté et dans d'autres cas, ils ont simplement utilisé leurs tracteurs pour faire un chemin qui permettait de reprendre le trafic. Un tel travail offre une bonne occasion au commerçant de tracteurs de montrer qu'il porte intérêt aux problèmes de la communauté et en même temps, si le travail est bien fait, il ne peut manquer de faire le sujet de commentaires favorables pour le travail que son tracteur a accompli dans telles conditions. De plus l'usage des tracteurs de cette manière suggérera de nouvelles possibilités aux fermiers et pourrait aider aux ventes.

A tout bien considérer, il n'y a pas de raison pour que l'hiver soit une saison morte pour le vendeur actif de tracteur. Comme question de fait, ce sera lui-même qui fera la saison. S'il sollicite le commerce dans un bon esprit, il a été démontré qu'il peut faire un succès de la campagne d'hiver.

BONNES AFFAIRES POUR LES COMMERÇANTS D'AUTOMOBILES EN 1921

Actuellement, il règne un certain pessimisme parmi les commerçants de détail d'automobiles au sujet des conditions de vente de voitures automobiles pendant la nouvelle année qu'ils envisagent comme tout autre que bonne.

Comment, au nom de tout ce qu'il y a de bon peuvent-ils attendre de l'optimisme du public, lorsqu'ils donnent cours à de telles expressions d'opinion; ils ne sauraient le faire eux-mêmes.

Les marchands, dans la plupart des cas, dans notre pays, sont le médium par lequel les villes et les villages sont développés et assument un aspect commercial. Ils sont considérés comme hommes d'affaires et ils sont logiquement les seules personnes qui soient en position d'éduquer le public sur les faits et les chiffres. Rappelez-vous que j'ai dit les faits et non les rumeurs.

Certainement le public a été en grève quant aux achats et cette grève a été jusqu'à un certain point accélérée par la taxe sur les articles de luxe imposée par le gouvernement du Dominion, mais celle-ci a été enlevée et les prix des automobiles accuseront une baisse du montant de la taxe qui a été abolie. Mais il n'y a absolument rien pour les justifier de concevoir l'opinion que le prix des automobiles doit baisser de façon considérable, parce que les manufacturiers construisent avec enthousiasme dans les conditions actuelles; ils ont plus de commandes qu'ils ne peuvent en remplir d'ici plusieurs mois et viennent de terminer une des années qui ont été les plus fécondes dans l'industrie de l'automobile. Tous les automobiles européens ont augmenté de prix et presque toutes les voitures automobiles de haut grade se vendent à des prix plus élevés sur le continent. Pourquoi ce pessimisme?

Il n'y a pas de raison pour que cette année ne soit pas très prospère pour les commerçants d'automobiles, mais les conversations de vente doivent prendre une autre tournure si on veut faire des affaires. L'acheteur en perspective ne vient pas comme aux jours passés dire au commerçant: "Je veux un automobile", alors qu'il n'y avait que très peu d'automobiles dans son village. Le vendeur doit sortir pour faire des ventes et s'il le fait, il ne sera pas désappointé. Les automobiles ne sont pas des objets de luxe, comme certaines personnes arriérées voudraient nous le faire penser. Ce sont des nécessités de chaque jour pour l'homme qui envisage l'avenir et le public acheteur ne peut s'abstenir de faire des achats normaux sans manquer à ses propres intérêts.

Les commerçants d'accessoires et d'automobiles se sont organisés comme section de l'Association des Marchands-Détaillants et ils exhortent leurs confrères de tout le Dominion de s'ORGANISER. Rappelez-vous que bien rarement un particulier a pu obtenir une réforme pour le bénéfice du commerce dans son ensemble, bien qu'il puisse obtenir certaines concessions pour lui-même. Il y a des hommes de ce calibre dans votre localité et il y a gros à parier qu'ils sont membres d'une association de commerce. Alors pourquoi ne pas se joindre à une association et la faire agir à votre avantage?

Commencez l'année en donnant votre appui à l'organisation d'automobiles de votre province. S'il n'y en a pas, fondez en une vous-même. Et alors montrez-vous le sourire aux lèvres et cherchez des affaires. C'est tout le secret du succès; seul le commerçant entreprenant et travailleur réussira.

Depuis 1915, les Etats-Unis sont les maîtres du marché automobile au Brésil, République Argentine, Uruguay, Paraguay et Chili. Il est à remarquer que rares étaient les voitures américaines dans ces pays qui étaient tous des clients des constructeurs européens. A l'heure actuelle, il est curieux de voir que dans les villes de San Paulo, Rio de Janeiro la majorité des voitures en circulation sont américaines.

CAUSERIE SUR LA GAZOLINE

Quel pouvoir actionne votre auto ?

Votre auto obtient son énergie de la chaleur. Cette chaleur est produite par la combustion d'un mélange d'air et de gazoline dans le cylindre. La chaleur est ce qui actionne votre auto. La quantité de milles que vous obtenez de votre gazoline dépend de la quantité de chaleur qu'elle contient, et comment celle-ci peut être employée d'une manière efficace par votre moteur.

Epreuve de gravité

La soi-disant épreuve de gravité est simplement une mesure de densité (poids). Que la gravité ne veuille rien dire quand elle sert à décrire la gazoline est démontré par le fait que la gravité n'est jamais mentionnée dans les devis des acheteurs les mieux informés et qui achètent la gazoline en plus grandes quantités. C'est facile de faire un mélange d'essences très volatiles, telle que l'essence de gaz naturel, et de produits lourds, tel que l'huile de charbon, qui indiquera une épreuve de très haute gravité mais ce mélange produirait un très médiocre combustible pour votre automobile.

La soi-disant épreuve de gravité est essentiellement erronée. Il vous sera très facile de vous en convaincre si vous faites une petite enquête à ce sujet. Vous pouvez être certain que si une gazoline de haute gravité était nécessaire et pratique les grandes compagnies d'huile en fabriqueraient, mais une haute gravité n'est pas une indication de haute qualité.

Quelle est la portée de la gazoline .

Par portée nous voulons dire la différence dans la température entre deux points donnés, le point auquel la gazoline se transforme facilement de liquide en vapeur et le point auquel la gazoline s'est entièrement vaporisée.

Avec les carburateurs d'aujourd'hui, une gazoline, avec une portée d'à peu près 300° F., vous donnera un plus grand rendement en milles et plus de satisfaction.

En supposant que nous fabriquions une gazoline d'une gravité suffisamment haute pour que sa portée ne soit que de 5° ou 10° F., au lieu de 300° F., un tel produit serait à deux doigts de la vaporisation en tous temps, il serait impossible de l'emmagasiner — impossible de le manier. Il serait bon sans doute pour démarrer facilement, mais il ne donnerait pas un dixième du résultat en milles, qu'un combustible comme la gazoline, courante ayant la portée requise, vous assurera.

Tous les manufacturiers et ingénieurs d'automobiles et d'engins, ont reconnu depuis longtemps qu'il est nécessaire d'avoir un combustible possédant une large portée de points d'ébullition. Voilà pourquoi les carburateurs et moteurs d'aujourd'hui sont fabriqués de manière à rencontrer cette portée.

Une chaîne d'énergie complète

Pour donner le maximum en milles et en satisfaction, votre gazoline doit posséder une portée de vaporisa-

tion (points d'ébullition) scientifiquement graduée. Elle doit contenir des fractions suffisantes qui se vaporisent à basse température, de manière à actionner un engin froid facilement et rapidement. Elle doit aussi posséder des fractions assez fortes pour développer l'énergie et le rendement en milles et assez de fractions intermédiaires pour former une chaîne de force motrice continue et ininterrompue. Est-ce que ce ne serait pas ridicule si vous achetiez une chaîne pour transmission d'énergie en vous basant sur le poids de cette chaîne seulement, sans considérer sa force de résistance? Il n'est pas plus sage d'acheter de la gazoline au gallon sans considérer sa chaîne d'énergie.

Gazoline bien équilibrée

Comme nous l'avons déjà dit, il est presque impossible de produire un combustible satisfaisant en mélangeant ou en mariant des produits lourds avec des produits légers. Seul, un produit bien raffiné et distillé par procédé direct vous donnera la satisfaction et le rendement en milles auxquels vous êtes en droit de vous attendre quand vous vous en servez.

La bonne gazoline doit être de cette nature. Chaque gallon ou plutôt chaque goutte doit être identique à l'autre goutte. Vous devez avoir la même énergie, la même action, ou le même pouvoir, que vous veniez de remplir votre réservoir ou qu'il soit à peu près vide. Que l'épreuve soit faite avec la gazoline du dessus ou du fond du réservoir, le résultat sera toujours le même. Où que vous l'achetiez, vous devez trouver toujours la même qualité haute et uniforme.

J'ai une voiture neuve et je constate que mon moteur est dur à partir le matin. Pourquoi?

Réponse.—Rien de plus simple. Votre moteur, en termes professionnels n'est "pas fait" et il faut un certain temps pour que vos pièces travaillantes prennent bien leur place. Vous devez néanmoins pour faciliter votre départ faire une opération très simple.

Ayez dans votre garage une burette pleine de pétrole, et le soir quand vous rentrez injectez chaque cylindre sans excès. Ce procédé évitera vos segments de coller au refroidissement et sans aucun doute votre départ sera facilité.

LA FARINE PREPAREE EN BAISSÉ

L'affaiblissement des cours de la farine devait tôt ou tard avoir sa répercussion dans le prix des produits dérivés. La maison Brodie & Harvie n'a pas manqué cette occasion de faire profiter sa nombreuse clientèle d'une réduction appréciable et, comme nous l'avons déjà annoncé dans un numéro précédent, elle vient de mettre en vigueur une nouvelle liste de prix indiquant une diminution notable de ses différentes lignes de farine préparée.

LES PRINCIPAUX POINTS DE LA NOUVELLE LOI DES LIQUEURS AFFECTANT LE COMMERCE

La nouvelle loi concernant les liqueurs alcooliques qui vient d'être distribuée aux députés pour discussion comporte les points principaux suivants intéressant directement le commerce.

La vente des alcools et des vins est monopolisée par le gouvernement qui en assurera la distribution par les soins de la "Commission des Liqueurs de Québec" qui sera nommée à cet effet.

La bière ne devient pas le monopole du gouvernement. Les brasseurs autorisés auront droit d'en faire la distribution aux maisons licenciées pour la vente de la bière.

Les magasins d'épicerie ne pourront vendre que de la bière et ce, en vertu du permis qui leur sera octroyé sur paiement des droits prescrits.

Les "tavernes" ou "cafés" ne pourront vendre que de la bière et ce, pourvu qu'un permis leur ait été octroyé à cet effet.

Pourra vendre du vin et de la bière :

Toute personne ayant charge d'un hôtel, d'une salle à manger, d'un bateau à vapeur, d'un wagon restaurant, d'un club ou d'un autre établissement reconnu par la commission comme donnant des repas, pourra pendant le repas que prend un voyageur, un pensionnaire ou un membre du club lui vendre au verre ou à la bouteille des vins ou des bières que lui et ses convives doivent consommer sur place pendant leur repas, pourvu que la commission ait octroyé un permis à cet effet, à ladite personne, sur paiement des droits prescrits par la nouvelle loi.

Les tarifs des permis sont les suivants :

Pour la vente pendant les repas des bières et vins, dans la salle à manger d'un hôtel ou d'un restaurant, \$300 si cet hôtel ou restaurant est situé dans une cité; \$150 s'il est situé dans une ville; \$100, s'il est situé ailleurs.

Pour la vente des vins et bières pendant les repas, dans la salle à manger d'un vaisseau, \$300.

Pour la vente des vins et bières, pendant les repas dans chaque wagon restaurant, \$100.

Pour la vente de vins et bières pendant les repas, dans la salle à manger d'un club: \$400, si ce club est situé dans une cité; \$200 s'il est situé ailleurs.

Pour la vente de vins et bières pendant les repas, dans la salle à manger de tout autre établissement reconnu par la commission comme donnant des repas, \$200 si cet établissement est situé dans une cité; \$100 s'il est situé ailleurs.

Pour la vente de la bière dans un magasin: \$500 si ce magasin est situé dans une cité; \$400 s'il est situé dans une ville; \$200 s'il est situé ailleurs.

Pour la vente de la bière dans une taverne (café) \$1,000 si cette taverne est située dans une cité; \$600, si

elle est située dans une ville; \$400 si elle est située ailleurs.

Pour la vente des vins et bières aux banquets, dix piastres par banquet.

Pour la vente des vins et bières pendant les repas dans la salle à manger d'un hôtel situé dans un lieu de villégiature et durant une période de six mois ou moins, \$150 si cet hôtel est situé dans une cité, \$75 s'il est situé dans une ville, \$50, s'il est situé ailleurs.

Les fabricants d'alcools ou de vins pourront continuer leurs exploitations en vertu des pouvoirs fédéraux dont ils sont nantis mais ne pourront vendre dans la province de Québec qu'à la Commission des Liqueurs.

Les heures de vente sont de 9 heures à 10 heures, mais dans les cités comme Montréal où intervient un règlement de fermeture de bonne heure pour les magasins d'épicerie le temps de la vente se trouve réduit d'autant.

Nous avons reçu le "Bill des liqueurs" au moment d'aller sous presse, nous en donnerons une analyse plus détaillée dans un prochain numéro.

o

LE CONGRES DE LA CANADIAN PRODUCE ASSOCIATION

L'ouverture du neuvième congrès annuel de la Canadian Produce Association a eu lieu cette semaine, à l'hôtel Windsor, sous la présidence de M. H.-R. Gray, de la maison Gunn, Langlois & Cie, de Montréal.

Une centaine de délégués venus des différentes parties du Canada assistaient à cette séance, qui fut consacrée à quelques discours officiels et à la présentation des rapports des divers comités.

Le président a donné lecture de son rapport annuel qui contient des statistiques intéressantes sur la production, la consommation ainsi que les importations et exportations d'œufs, de beurre, de fromage et de volailles durant l'année écoulée.

Forte production.

La production d'œufs durant l'année 1920 a été de 170,000,000 de douzaines et la consommation s'est chiffrée à 170,200,000. Il a été exporté durant les douze mois 210,862 caisses contenant 6,325,860 douzaines d'œufs tandis que le total des importations se monte à 6,515,928 douzaines. Les prix moyens ont été de 46.8c. pour les importations et de 66.3 centins pour les exportations.

La valeur des volailles mises sur le marché durant l'année 1920 a été de \$25,000,000 et de celles consommées à la campagne de \$3,000,000 formant un total de \$28,000,000. Les exportations de volailles vivantes durant cette période se sont élevées à \$818,057 et les importations de volailles mortes à \$44,817.

Les exportations de beurre pour la période de huit mois terminée le 30 novembre 1920 se sont chiffrées à \$7,-

050,417 livres et celles de fromage à 111,062,867 livres. Quant aux exportations de lait condensé elles ont été de 37,730,178 livres.

La valeur totale des produits de la ferme exportés durant ces mêmes huit mois a atteint \$12,182,924 soit une augmentation d'environ \$2,000,000 sur les chiffres de la période correspondante de l'année précédente.

Importations de beurre.

Le rapport donne aussi une idée des importations de beurre à New-York durant l'année 1920. Celles-ci se montent à 27,801,816 livres dont 19,912,000 livres provenant du Danemark, 2,794,368 livres de la Hollande et 5,095,448 livres de la République Argentine.

Le prix moyen du beurre de crèmerie de qualité supérieure à New-York a passé de 27.96 centins qu'il était en 1911 à 61.44 centins; en 1920, le prix moyen pour les dix dernières années étant de 40.54 centins.

Les prix du fromage ont beaucoup varié durant l'année. Le rapport du président montre en effet que le prix payé à Napanee au mois de mai de l'année dernière était de 33 $\frac{3}{8}$ puis une baisse se produisit et finalement le prix tomba à 18 centins. D'un autre côté une grosse demande pour les exportations de fromage commence à se faire sentir et la quantité qui restera pour la consommation locale sera probablement très minime.

LES RELATIONS DU MARCHAND-DETAILLANT AVEC SON BANQUIER

(Suite de la page 44)

propriété, qui n'allouent rien pour la dépréciation et qui croient avoir fait un état de compte honnête et consciencieux. Un état de compte est faux si les marchandises sont cotées plus que la valeur du marché ou que le prix de vente et si le prix de l'équipement du magasin est évalué plus haut que le prix que l'on pourrait en obtenir dans une vente forcée.

Livres bien tenus.

La plupart des banques et des bureaux de crédit fournissent des blancs d'état de compte. Dans certains cas où, à cause d'un mauvais système de comptabilité, celui qui demande du crédit est incapable de trouver sa valeur actuelle nette, le banquier entreprend de faire l'audition de ses livres. Les meilleurs préparatifs pour faire un état de compte financier, c'est d'avoir une comptabilité en partie double. Les livres donneront alors tous les renseignements nécessaires.

C'est parce que le banquier exige l'exactitude qu'il se trouve placé entre le marchand et les méthodes incertaines d'affaires. On doit beaucoup aux banquiers et aux autres institutions commerciales parce qu'ils s'efforcent de donner de saines méthodes de crédits financiers. Ils sont un facteur puissant dans la lutte pour obtenir l'efficacité.

NOTRE SERVICE D'INFORMATION

(Rivière Madeleine, Co. Gaspé, P. Q.)

Seriez-vous assez bon de me dire si une ligne téléphonique est une propriété taxable par les conseils municipaux.

J. R.

Réponse:—Certainement une ligne téléphonique est, comme toute autre propriété personnelle, taxable par les conseils municipaux.

* * *

(St-Faustin Station.)

Seriez-vous assez bon de me dire où je puis me procurer du tuyau d'aqueduc en pin rouge et cerclé en acier et si je puis avoir au même endroit tous fittings, stop cocks, (tuyauterie, robinetterie) etc.

H. G.

Réponse:— Veuillez vous adresser à James Robertson Co. Ltd, 142 rue William, Montréal; ou à A Prudhomme et fils Limitée, 10 rue de Bresoles, Montréal.

* * *

(X... P. Q.)

J'ai pris connaissance des réponses de votre service d'information. Dans l'intervalle de mes demandes, j'ai fait venir un livre des Lois des Compagnies. Je trouve à l'article 6050. — Responsabilité des actionnaires.

"Les actionnaires ne sont pas responsables, en leur seule qualité d'actionnaires, des actes, omissions ou obligations ni des engagements, réclamations, paiements, pertes, dommages, transactions ou autres actes quelconques de la compagnie se rattachant à son entreprise, au-delà du montant non payé sur leurs actions respectives dans le capital-actions." S. R. 1909 art. 5985.

Si je comprends cet article, je ne crois pas le montant de \$2,500 indiqué dans la question no. 1 saisissable. J'aimerais avoir votre idée sur cette question dans votre prochain numéro.

Un actionnaire peut-il, à un moment donné, vouloir se retirer de la compagnie et exiger le paiement de ses actions?

Réponse:— Le paragraphe que vous citez ne répond pas à votre propre question. Il envisage la responsabilité individuelle des actionnaires; or, il ne s'agit pas de cela dans le cas que vous nous avez soumis, mais bien de savoir si une somme de \$2,500 prêtée à la compagnie par un actionnaire peut être saisie pour des dettes dues par la compagnie.

Ces \$2,500 prêtés volontairement à la compagnie (qui forme un tout impersonnel) font partie de l'actif de la compagnie et sont saisissables à l'égal de toute autre somme possédée par la dite compagnie sur preuve de dettes.

Pour ce qui est de votre seconde question: un actionnaire ne peut en aucune manière exiger le paiement de ses actions sous prétexte qu'il décide de se retirer de la compagnie dont il fait partie à titre d'actionnaire.



L'ART DE LA VENTE AU DETAIL



ETALAGE DANS LES VITRINES QUI FERA VENDRE LES MARCHANDISES

La Garniture d'une vitrine ne devrait pas être traitée comme un art ou une fantaisie. — C'est une branche sérieuse qui affecte les ventes dans un magasin et elle devrait être utilisée au meilleur avantage possible par les différents rayons.

Quelques étalages sont la cause de nombreuses ventes. Chaque rayon d'un magasin reflète les ventes marquées par un bon étalage de vitrine. Les gens parlent de l'étalage et achètent surtout des marchandises qui sont étalées.

D'autre part, il y a des étalages de vitrines qui n'affectent pas les ventes de manière satisfaisante. Les marchandises exhibées ne se vendent pas plus rapidement qu'à l'ordinaire; il n'y a pas de commentaires parmi les clients au sujet de l'étalage et toute l'affaire est ratée.

Quelle est la cause de ces conditions? Pour quelle raison y a-t-il des étalages qui font vendre les marchandises tandis que d'autres ne le font pas?

La réponse se trouve dans l'étalage lui-même. Voici de quelle manière un gérant de magasin qui commença sa vie de commerçant comme étalagiste, résume la situation :

"Sans doute, depuis que les principes de l'étalage comme moyen de vente sont parfaitement compris des étalagistes, c'est un fait reconnu que les étalages de vitrines réussissent très bien à faire vendre les marchandises. Mais même les meilleurs étalagistes sont sujets de temps en temps à prendre la tangente et à faire un étalage qui ne produit aucun effet.

Il avait enlevé les étiquettes de ventes.

"Par exemple, continua le gérant, la chose est arrivée dans notre magasin, il n'y a pas longtemps. Je n'avais pas porté une bien grande attention aux vitrines et je n'avais vu que les rapports mensuels des étalages et des ventes. J'en conclus qu'il y avait quelque chose de défectueux. Je descendis dans la rue et j'examinai l'étalage. Je vis de suite ce qu'il en était. Rentrant dans le magasin, j'appelai dans le bureau celui qui avait décoré la vitrine.

"—Votre étalage a été un affreux fiasco, lui dis-je. Il n'a pas fait vendre un seul article.

"L'étalagiste demeura confondu.

"—C'est ce qu'on m'a déjà dit, répondit-il.

"—Savez-vous pourquoi cet étalage est un fiasco?

"—Non.

"—Alors, je vais vous le dire. C'est parce que vous avez enlevé les étiquettes donnant les prix. Pourquoi avez-vous fait cela?

"—Je croyais que les étiquettes gâtaient l'effet artistique. L'étalage était magnifique et je croyais que les gens étaient fatigués de toujours voir ces étiquettes et je ne les ai pas mises.

"—Pouvez-vous battre cela, continua le gérant. C'était sans doute la cause de l'insuccès. Les femmes ne rentreront pas dans un magasin et ne s'informeront pas des prix à moins que ceux-ci ne soient marqués dans l'étalage. Elles ont l'idée bien arrêtée, à cause de l'expérience qu'elles ont acquise dans d'autres magasins qui ont étalé des marchandises non marquées dans leurs vitrines, que lorsque les articles ne sont pas marqués ils se vendent à des prix tellement élevés que les marchands n'osent pas les étaler.

"Je fis mettre les étiquettes et gardai le même étalage une autre semaine. C'était tout ce qui manquait et l'étalage produisit son effet de ventes.

"C'est une des erreurs que peut commettre un homme dans l'étalage des vitrines et il y a un bon nombre d'autres moyens de détruire l'effet de l'étalage.

Etalage surfait.

"Je me souviens une fois, alors que j'étais proposé à l'étalage, d'avoir peiné pour parer une vitrine d'une marchandise de haut prix. Les marchandises ne se vendirent pas comme elles l'auraient dû, de sorte que le magasin demandait quelque chose de spécial et je décidai de le lui donner. Je fis un plan détaillé de l'étalage que je devais faire et j'y dépensai trois fois plus de temps que d'habitude. Lorsque j'eus fini, il me semblait que j'avais la vitrine la plus belle du monde.

"Mais elle ne donna pas de résultat comme vente.

"Pour quelle raison?

"Parce que l'étalage était trop chargé, trop fantastique. J'avais dépensé trop de temps à orner le fond de la vitrine de clinquants de toutes sortes et pas assez à faire l'exposition des marchandises. J'avais une vitrine qui était remplie d'idées ingénieuses, qui avait des effets de peinture étudiés, des jets de lumières nouveaux, etc., mais elle était tellement encombrée de mes fantaisies qu'il ne restait que peu d'espace pour étaler les marchandises et les passants étaient tellement fascinés par mes nouveautés dans l'étalage qu'ils ne faisaient pas attention aux marchandises et n'entraient pas dans le magasin pour acheter.

“J’ai appris dès lors une chose au sujet de l’étalage des vitrines qui m’a toujours semblé d’une grande importance — c’est de ne pas faire passer les accessoires avant les marchandises. Rappelez-vous toujours que le but principal de l’étalage est d’aider à faire vendre les marchandises. Cela étant le cas, l’attention principale d’un étalage, à quelques rares exceptions près, devrait être dirigée sur les marchandises offertes en vente. Les fantaisies et le fond de la vitrine ne sont que des accessoires et ne devraient jamais détourner l’attention des marchandises qui y sont étalées et que le magasin veut vendre. Personnellement, je crois qu’il est essentiel que nos vitrines soient bien surveillées et qu’il n’y ait rien de trop élaboré et de superflu. Voyez-vous, il est facile à un étalagiste qui a quelque goût artistique de surfaire un étalage; le résultat est qu’il tuera les ventes.

“Un autre point qui me vient à la mémoire au sujet de l’étalage d’une vitrine, c’est de n’attirer l’attention que sur un point, ou à peu près, de l’étalage. En d’autres termes, que vos vitrines soient simples. Ne permettez pas qu’elles soient surchargées de façon à ce que le passant ne puisse distinguer le point essentiel de l’étalage. Je suis un ardent partisan, en fait d’étalage, d’une seule idée dominante qui devrait guider l’étalage. Si l’étalage est destiné à faire vendre une branche de marchandises de saison, alors tout doit être subordonné à cette idée. Qu’il n’y ait rien pour laisser supposer aux gens que l’on fait un effort pour vendre quelque autre chose. Ne permettez pas aux clients en perspective de partir avec une impression confuse de l’étalage. Ils seront plus aptes à se rappeler l’étalage et à en parler si ce dernier est simple et direct.

“L’étalage d’une vitrine, dit en terminant ce gérant, est plus qu’une fantaisie ou qu’un art. C’est l’art de vendre et les vitrines qui font vendre le plus de marchandises ne sont pas nécessairement celles qui sont les plus artistiques, mais ce sont celles qui contiennent les plus forts éléments de ventes. Voilà le point sur lequel j’appuie le plus auprès de nos décorateurs de vitrines et je crois que c’est un point sur lequel tous les propriétaires de magasins devraient appuyer pour obtenir les meilleurs résultats.”

 0

TARIF DE PROTECTION POUR LES AMANDES

L’association américaine des producteurs d’amandes vient d’adresser une pétition au Comité des voies et moyens de la Chambre des Représentants pour obtenir un tarif de protection sur ses produits. Cette association réclame l’imposition d’un droit minimum de 5 cents par livre sur les amandes en coques et de 15 cents par livre sur les amandes écalées. L’association comprend 3,800 producteurs d’amandes représentant 85% de la production totale des amandes en Amérique.

COMMENT MARQUER LES PRIX DES MARCHANDISES?

Il y a encore des marchands qui croient faire des profits lorsqu’ils font des pertes d’argent. Table du coût et fixation des prix de vente.

Le problème de savoir marquer les prix des marchandises pour le commerce de détail est très intéressant il se présente au marchand détaillant de chaussures. A ce sujet, le *Prix Courant* a l’histoire suivante à raconter et il donne des instructions sur la manière de marquer les prix, ainsi qu’un tableau montrant comment calculer les profits sur les ventes. Voici l’histoire dont nous parlions tout à l’heure. Récemment, un client qui est aussi marchand, s’arrêta dans un établissement et dans le cours de la conversation, on souleva la question des profits.

“Si j’achète un fusil au prix de \$40 et que je le revende \$45, quel pourcentage de profit ai-je fait, et comment le calculer demanda-t-il?”

“Vous voulez demander combien vous avez perdu,” lui demanda-t-on. Il fallut tout de même avoir recours au crayon pour lui démontrer qu’il avait perdu quelque chose.

Sans doute, le marchand ne connaissait pas le coût de ses ventes, et il est à craindre qu’il y ait un bon nombre de marchands dans l’ignorance à ce sujet. Il est difficile de les éclairer et chez quelques-uns la tâche est désespérante. Ils continueront à marcher à tâtons et continueront toujours à croire que ce qui reste d’argent dans le tiroir caisse ou dans la poche représente un profit. Dans le cas du marchand précité, il était dans le doute même quant à la méthode exacte de vérifier le pourcentage de son profit et ce fut un plaisir de le lui montrer, quelque simple que cette opération paraisse aux experts.

Le pourcentage de son profit est trouvé en soustrayant le prix de vente, \$45, le prix coûtant, \$40, ce qui donne un gain de \$5. Divisant \$5 par \$45 on trouve que le pourcentage est à peu près 11 pour cent.

Si, tel qu’évalué, le coût de vente s’élève à 17 pour cent, il perd six pour cent sur chaque transaction. En d’autres termes, au lieu de réaliser un profit de \$5, il a en réalité subi une perte de \$2.70. Toutefois, il lui fut difficile de comprendre ce problème.

“Je ne puis comprendre comment il m’en coûte \$7.65 pour vendre un article \$45, remarqua-t-il. Comment trouvez-vous que mes dépenses de ventes s’élèvent à 17 pour cent?”

Au moyen d’un crayon et du papier, on réussit à le convaincre. Ce n’était guère plus qu’un problème élémentaire d’arithmétique, mais il ne manque pas d’autres marchands modestes qui ne savent pas que le moyen de trouver le pourcentage du coût du commerce est de diviser les dépenses totales — et le mot total signifie tous les items

de dépenses — par le montant total des ventes. Par exemple, si les ventes réunies de l'année s'élèvent à \$15,000 et les dépenses à \$2,500, en divisant ce dernier montant par \$15,000 on trouve 17 pour cent, le pourcentage des dépenses du commerce, qui est en réalité le pourcentage du coût de vente.

Les profits devraient toujours être calculés sur le prix de vente parce que le pourcentage des dépenses de vente est invariablement calculé sur le prix de vente et à moins que les profits bruts ne soient calculés sur la même base, il est plus que probable que l'on constatera la décrépitude du commerce lorsqu'on fera le bilan.

C'est sous ce rapport qu'un grand nombre de commerçants se trompent. Ayant trouvé que le coût de faire le commerce est de 20 pour cent, par exemple — sur le prix de vente, va sans dire — ils marquent leurs marchandises à 25 pour cent de profits, afin de réaliser cinq pour cent. Leur erreur se trouve dans le calcul des pourcentages de ventes sur leur prix de vente et leurs profits bruts sur le prix coûtant, deux bases tout à fait différentes.

Lorsqu'ils s'éveilleront, ils découvriront que le 25% qu'ils ont ajouté au coût des marchandises n'est égal qu'à 20% sur le prix de vente qu'il leur en coûte pour faire des affaires, ce qui veut dire qu'ils ne font ni gain ni pertes même lorsqu'ils se flattaient de faire un profit de cinq pour cent.

Pour rendre la fausseté de cette situation encore plus claire, prenons le total des ventes pour toute l'année. Pour chaque dollar valant de marchandises vendues, les dépenses du commerçant s'élèvent à 20 sous. Il a acheté un article, disons au prix de 80 sous, et il y ajoute 25%, c'est-à-dire 20 sous, ce qui porte le prix de vente à \$1.00. Au lieu d'un profit de cinq pour cent, le montant ajouté au coût égale exactement le coût de la dépense de vente de marchandises valant un dollar. Exemple: total de la vente, \$1.00; dépenses, 20 sous; balance 80 sous. Afin de permettre un calcul rapide, nous avons réduit en forme de tableau, le coût de la vente au moyen duquel il est facile de calculer rapidement les prix de vente. Voici:

Pour faire des profits sur un prix de vente de:

12½% ajoutez au coût	15%
15% —	17½%
16 2/3% —	20%
20% —	25%
25% —	33 1/3%
27½% —	37½%
30% —	45%
33 1/3% —	50%
35% —	55%
35½% —	60%
40% —	65%
42½% —	75%
45% —	80%
50% —	100%

Cette table fonctionne de cette façon-ci: supposons

que le coût de faire le commerce est 16% et que l'on désire de faire un profit net de 15%. Les deux pourcentage additionnés s'élèvent à 31%. Possiblement, ce chiffre pourrait être suffisamment convaincant pour quelques marchands. Comme stricte question de fait, toutefois, pour obtenir un profit de 31 pour cent sur le prix de vente, la table montre qu'il est nécessaire d'ajouter 45% pour cent au coût. Si 31% était ajouté au coût de vente, le profit ne serait que de 24 pour cent comme il est facile de le voir par la table, et cela ne serait que de 16 pour cent pour faire le commerce et 8 pour cent de profit ou un peu plus de la moitié du 15% que l'on veut obtenir.

Toute personne qui se donnera la peine d'étudier cette table et de l'appliquer à ses affaires l'appréciera certainement comme elle a été appréciée ailleurs.

VENTE DE FOURRURES A LA SALLE WINDSOR

La vente aux enchères de fourrures qui s'est tenue la semaine dernière à la salle Windsor avait attiré un nombre important d'acheteurs et ceux-ci se sont disputés avec acharnement les différents lots qui figuraient au catalogue

L'opossum s'est vendu à des prix variant entre 10 centins et \$1.02; les peaux de loup, de \$1.00 à \$12.50 tandis que les prix les plus élevés atteints par les différentes variétés de mouton de Perse, ont été de \$6.50, \$7.50 et \$2.40 respectivement. Le plus haut prix payé pour une peau de loutre a été \$29. Quant au castor, le prix le plus bas a été \$5 et le plus haut \$32.75, ce dernier payé par M. Mautner, de New-York.

La Canadian Fur Auction Sales Company Limited a fait connaître les résultats de la vente à l'enchère des fourrures et les changements de prix que l'on constate en les comparant à ceux obtenus durant la vente du mois de mars 1920. Le blaireau a décliné de 30 pour cent; l'ours, de 40; le castor, de 50; l'hermine, de 40; le putois, de 65; le renard d'Australie, de 15; le renard gris, de 45; le renard rouge, de 25; le renard argenté, de 35; le renard blanc, de 50; le kolinsky, de 50; le lynx, de 40; la marmotte, de 75; le mouton, de 25; le vison, de 40; la taupe, de 60; le rat musqué, de 50; l'opossum américain, de 65; l'opossum d'Australie, de 50; la loutre, de 35; le raton, de 20; la zibeline russe, de 75; le phoque, de 50; le loup, de 50; l'écureuil, de 40. En ce qui concerne le mouton de Perse et du Thibet, etc., il n'a pu être établi aucune comparaison parce qu'il n'y eut l'année dernière aucune vente de ces peaux.

Le montant total des ventes a atteint approximativement \$1,320,000. M. R.-S. Coltart, vice-président et gérant-général a déclaré que cette vente a été considérée comme un succès. Pratiquement toutes les fourrures offertes ont trouvé acquéreurs.

Les Tribunaux

JUGEMENTS EN COUR SUPERIEURE

Lodger Hamelin vs Rod. Thinel, Montréal, \$224.
 L. A. Cadoret vs Eugène Cook, Montréal, \$539.
 Montreal Public Service Corp. vs Eli Shushat, Montréal, \$2536.
 Les Sandele *et al* vs Mde Jos. Dagenais, Ste-Dorothée.
 Couvrette-Sauriol Ltd vs J. Bridge, Verdun, \$116.
 G. Mayrand vs Henri Foucreau, Montréal, \$280.
 Margaret Tracey vs G. Harold Brown, Westmount, \$367.
 A'ex. Donato vs Francesco Mondello, Montréal, \$210.
 J. A. Scott vs J. E. Moranville, St-Jérôme, \$673.
 Sam Despins vs Annie Despins, Mde Wm. Forant, Montréal, \$225.
 Dessaulles & Co. vs S. N. Holman, absent, \$102.
 J. S. Clunie vs E. A. Blais, Montréal, \$307.
 E. Croysdill vs L. de B. Corriveau, V. M. Noël, Montréal, \$113.
 A'ex. Bremner Ltd vs G. A. McBean, Montréal, \$466.
 A. Hollander & Sons Ltd vs Jacob Weininger, Simon Weininger, J. & S. Weininger, Montréal, \$1720.
 H. Wentworth vs H. Dorion, Montréal, \$200.
 W. R. Safforth & Bros vs J. Rosenberg, City Hide & Tallow Co., Montréal, \$516.
 H. Fortier & Co., Ltd vs S. Sofio, Montréal, \$298.
 Handfield & Handfield vs Geo. Hurteau, Montréal, \$315.
 Peter Methuen vs Armstrong Witworth of Canada Ltd, Montréal, \$1375.
 K. E. C. Kennedy vs Aircraft Travel & Transport Co., Ltd, Montréal, \$8640.
 Ad. Lesage vs L. A. Beauchamp, Montréal, \$248.
 E. Cavanagh Co., Ltd vs Arthur Comeau, Garage Général, Montréal, \$1118.
 Lariovière Inc. vs Cong. Beth Hamedresh Hagodal Chebra Shaas, Montréal, H. Lande, Jos. Rabinowitz, Montréal, \$740.
 O. & W. Thum & Co. vs Mailloux Frères Ltée, Montréal, \$104.
 I. M. Douglas & Co. vs Baines Ltd, Montréal, \$280.
 Garage Central Co. vs J. Weininger, Montréal, \$188.
 J. L. Desrosiers vs Emmanuel Grenier, Montréal, \$145.
 S. Croysdill vs L. A. E. Godin, Amherst, \$111.
 Goodyear Tire & Rubber Co. vs Brissette & Frère, Louis Brissette, Avila Brissette, Montréal, \$142.
 Sterling Hat & Cap Mfg., Co., Ltd vs M. Remdolph, Montréal, \$552.
 Les Vanier vs Ad. Peladeau, Geo. Duclos, Montréal, \$100.
 P. S. Bohemier vs E. Bellefleur, Ste-Agathe des Monts, \$100.
 Echange Mont-Royal Ltée vs Yvonne Labelle, Montréal, \$159.
 Frontenac Breweries Ltd vs J. E. Côté, Ste-Julie Station, \$50.
 J. B. Lafortune vs Crédit Stadacona Ltée, Montréal, \$250.

Mackay Realty Inc. vs Frank Aloyse, Montréal, \$2177.
 René Castellani vs Gedeas Jasmin, Montréal, \$350.
 N. W. Wolfe vs J. R. Michaelis, Montréal Ouest, \$389.
 L. F. Bachrach vs J. R. Anderson, Montréal, \$124.
 Cooper & Abrahamovitch vs Sam Schwartz, Montréal, \$338.
 B. Truel vs O. Major, Lyster Station, \$100.
 O. Gagnon vs Téléphore Auger, Montréal, \$524.
 A. H. Hébert vs A. Lefebvre, Montréal, \$175.
 P. A. De Groseilliers vs W. Pepin, Julien Therrien, Outremont, \$2500.
 H. Roch vs E. J. Clermont, Montréal, \$988.
 K. E. C. Kennedy vs Aircraft Mfg., Co., Ltd., London, Eng., \$18,513.
 Honoré Blouin vs Dahlia Hat Mfg., Ltd, Montréal, \$232.
 L. Bessette vs J. Aubut, Montréal, \$198.
 Genin, Trudeau & Co. Ltd vs A. Weinstein, Montréal, \$298.
 A. J. Denis vs J. A. Lefebvre, Montréal, \$151.
 St. Paul Lumber Co. vs Michel Lefebvre, Montréal, \$250.
 René Laporte, M.D., vs Ed. Archambault, Montréal, \$150.
 A. Picard vs H. Veiner, H. Rosenfeld, Montréal, \$102.

JUGEMENTS EN COUR DE CIRCUIT

A. Miron vs Henri Groulx, Lachine, \$42.
 H. Paquin vs Ubald Bertrand, Ste-Rose, \$40.
 Wm. Gray & Sons vs Jos Lévesque, Hauteur, P.Q., \$50.
 N. Kowpecki vs N. Segal, Greenfield Park, \$95.
 Webster & Sons Limited vs C. Laurin, Verdun, \$88.
 Montreal Public Service Corporation vs J. C. Sauvage, Pointe aux Trembles, \$65.
 Laporte, Martin Limitée vs J. F. Lemire, Maskinongé, \$20.
 C. Houde *et al* vs Jos C. Duguay, Chandler, \$99.
 J. P. Brouillet *et al* vs Aloïse Leclerc, Macane, \$30.
 A. Drouin & Cie vs Philippe Boisvert, St-Pierre, \$93.
 Commission Scolaire de St-Bernardin vs Ovide Charbonneau, \$80.
 Commission Scolaire de St-Bernardin vs Félix Champagne, \$11.
 Commission Scolaire de St-Bernardin vs Narcisse Myette, \$10.
 G. Adam vs Allard & Gingras, St-Rémi d'Amherst, \$12.
 J. O. Renaud vs E. Bastien, St-Jérôme, \$54.
 I. O. Bournival vs Ismaël Simard, St-Joseph d'Alma, \$30.
 Bregent Sports & Cycles Incorporated vs Lucien Campeau, Québec, \$35.
 Garage Leduc & Co., vs D. M. de Laval, Marieville, \$25.
 J. L. Lefebvre vs Henri Baby, \$12.
 Mappin & Webb Ltd vs Thos R. Watson, \$14.
 J. St-Armand vs J. H. A. Forest, \$10.
 J. Shewehuck vs J. A. Hétu, \$34.
 J. Dion vs L. Beauchamp, \$30.
 C. W. Lindsay Limited vs Fortunat Moreau, \$50.
 S. Caplan *et al* vs J. Law, \$80.

L. Charpentier vs Emile Brownlee, \$36.
 J. Raymond vs J. J. Grenier, \$97.
 J. E. Valois vs Remi Gagnon, \$17.
 C. W. Lindsay Limited vs E. Tremblay, \$35.
 Mde A. Vallée vs Paul Guery, \$30.
 H. Brunette *et al* vs N. A. A. Corbeil, \$25.
 Harris Abattoir Company Ltd., vs Narche de Laroche, \$60.
 Mont Royal Furniture Exchange vs Mde C. Lévesque, \$29.
 Dom. Rubber System vs Canadian Tire Repair Shop, \$69.
 A. Brulé vs J. A. Corbeil, \$15.
 C. Bruchési vs David Donkner, \$91.
 E. Hamon vs Ulric Guindon, \$19.
 A. Corbeil vs Geo. Myerscough, \$54.
 A. Corbeil vs Hector Rateble, \$19.
 A. Corbeil vs J. Laporte, \$17.
 Standard Photo Engraving Company Limited vs S. W. Waters, \$10.
 C. E. Trottier vs L. P. Labelle, \$47.
 Charbonneau Ltée vs L. Archambault, St-Sauveur des Monts, \$15.
 F. H. Gatién vs Chs Sanderson, Lachine.
 Jas Strachan Ltd vs Moïse R. Giroux, St-Jérôme, \$83.
 M. Moody & Sons vs Gilbert Ouellette, Côte St-Michel, \$94.
 O. A. Gagnon vs Louis Prévost, Mont-Laurier, \$42.
 C. Houde *et al* vs A. Laframboise, Ste-Marthe, \$19.
 Taxi & Auto Transportation vs N. R. Murphy, Westmount, \$23.
 Hudon, Hébert & Co., Ltd vs J. E. Morin, Beloeil, \$95.
 Montreal Dairy Company vs J. E. Lafontaine, Belisle Mills, \$99.
 Harris Abattoir Company vs H. Moreau, St-Hyacinthe, \$33.
 F. Renaud, sr. vs McDonald, Roy & O'Reilly Limited, \$95.
 F. Renaud, sr. vs McDonald, Roy & O'Reilly Limited, \$94.
 F. Renaud, sr. vs McDonald, Roy & O'Reilly Limited, \$43.
 Combusto Devices Corporation of Canada Limited vs M. McDonald Limited, \$25.
 J. Berlind vs Pat. Lovett, \$97.
 J. I. Lamarre *et al* vs Mde Hilaire Caron *et vir.*, \$78.
 J. Meloche *et al* vs Geo. Mathews, \$61.
 E. Lalonde vs J. A. Choquette, \$53.
 O. Gagnon vs Félix Guenet, \$54.
 A. J. Léger vs E. Lortie, \$78.
 A. J. Léger vs Frank Paquette, \$68.
 P. Brunet & Cie vs C. W. Young, \$19.
 A. Desmarais vs Jack Jacobs, \$77.
 L. Bullin vs Laurence Clarke, \$42.
 Central Agency Limited vs American Rubber Co. Ltd, \$13.

DEMANDES EN SEPARATION DE BIENS

Omelina Tellier de Trois-Rivières vs Jos. Montplaisir.
 Mary Schwartz vs Ls Sigman, Montréal.
 Malka Garelick, Montréal, vs Rudolphe Lacovitsky.
 Marie Roy vs Jos Drapeau de St-Germain de Rimouski.
 Mæ Maguire, Québec vs Henry Bogue.
 Elmière Beaucage de Charlesbourg vs Louis Burque.
 Augustine Lemay vs Jos Candion de St-Marc des Carrières.
 Eleonore Gauthier vs J. Osias Labrosse, Montréal.

Ferronnerie, Quincaillerie, Peintures, Vernis, Vitres, Etc.

Mercredi, 9 février 1921.

Le prix est encore le point principal de discussion sur le marché du fer et de l'acier. Une nouvelle base des prix de l'acier est mentionnée par Pittsburgh bien que tant que les salaires et les autres dépenses n'auront pas été réglés aucune nouvelle base ne sera établie. Le lancement de nouvelles échelles de vente par deux fabricants ne semble avoir que peu aidé à apporter plus d'affaires. Le marché local indique que l'étain et le zinc sont plus faibles et l'amélioration du change britannique a rendu moins profitable l'importation des métaux provenant de cette source. Les marchés d'origine montrent que le cuivre pour livraison en mars comporte de meilleurs prix que pour expédition immédiate.

Une caractéristique des mouvements de prix dans les lignes de quincaillerie au Canada cette semaine est le nouveau déclin des clous en broche et coupés dont les prix de base subissent une diminution de 60 cents et 80 cents respectivement. Les autres lignes en baisse comprennent les brouettes, certaines lignes de vis et de hache-viande, la ferronnerie pour sellerie, les rivets en cuivre, etc. Une réduction sensible a eu lieu sur le verre. L'huile de lin est également meilleur marché. Le fer en barres et l'acier à lisse et à bandage ont subi une diminution de 25 à 30 cents par 100 lbs. Les batteries électriques sont en baisse de 10%. La corde à châssis est diminuée de 11 cents. Une réduction de 10% a eu lieu sur la corde à linge en coton vendue en écheveau. Les rivets en laiton viennent de subir leur deuxième baisse depuis quinze jours et l'escompte en est porté à 27½% sur les prix de la liste. Pour la vitre la liste a cessé d'être en vigueur et la concurrence se donne libre cours, les prix pratiqués actuellement correspondent à un rabais variant de 45 à 50% sur la liste du 14 janvier.

On ne trouve que de faibles stocks dans beaucoup de magasins de quincaillerie où cependant les stocks sont tenus bien assortis. D'autres marchands tiennent des stocks très complets dans l'attente d'une prompte reprise de l'activité des affaires et dans le but d'être à même de faire face à tout développement. Dans l'ensemble, il se fait un assez bon volume d'affaires, quelques marchands relatant une stimulation notable du commerce pendant le mois écoulé.

LES PRIX DES BOUTEILLES THERMOS ONT DIMINUE

Bouteilles Thermos — On donne de nouvelles cotations cette semaine pour les bouteilles Thermos. Les prix ont été révisés à la baisse et sont les suivants:

No 6	la pièce	\$4.75
No 6 Q.	—	6.50
No. 11	—	2.50
No 11 Q.	—	4.25
No 14 ½	—	2.50
No 14	—	3.00
No 14 Q.	—	4.75
No 15½	—	3.75
No 15	—	4.25
No 15 Q	—	6.00
No 61 Q	—	1.50
No 61 Q.C.	—	2.75
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%.

Arcanson:

100 lbs	6.50
-------------------	------

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
50 à 125	44.95
125 ou plus	40.95
125 ou plus	39.00

F.o.b. Toronto.

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 11½ lb.

Beaver board, 1,000 pds carrés 50.50
F.o.b. Montréal.

Boulons :

à bandage	40%
à poêle	57½%
d'évier	57½%
d'élévateur	net liste
de charrue	15%
à lisse	net liste
de marchepieds	net liste
de palonnier	net liste
à timon	net liste
à voiture ¾" diam. et plus petits,	
6" et plus courts	15%
7/16" diam. et plus grands, net	
liste.	
de mécanique, ¾" diam. et plus pe-	
tits, 4" et plus courts, 30%.	
les autres grandeurs, 5%.	

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	26 base
de manille, British	21 base
de chanvre	19 base

Extras net pour câble, par 100 lbs.:
 5/8, 50; 7/16, 1/2, 9/16, 1.00; 3/4,
 1.50; 1/2, 5/16, 2.00; 3/16, 2.50.
 de coton, 3/4, 53 lb.
 3/16 54 lb.

Chaines de charge:
 soudée à l'électricité, 1/2, 23.40; 3/16,
 22.90; 1/4, 18.00; 5/16, 15.35; 3/8,
 12.50; 7/16, 12.15; 1/2, 11.75; 3/4,
 11.35; 5/8, 11.00 les 100 lbs.
 soudée à chaud, 3/8, 13.15; 7/16,
 12.75; 1/2, 12.40; 3/4, 11.90 les 100
 lbs.
 à chiens liste plus 10%
 à licous liste plus 10%
 à vaches liste plus 40%

Chainettes:
 en acier liste plus 60%
 en laiton liste plus 40%

Chaudières 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 7 1/2
 — 802 liste net.
 — 804 liste moins 5%
 — 810 liste plus 25%
 — 814 liste plus 25%
 — 838 liste net
 — 840 liste net
 — 842 liste plus 12 1/2
 — 844 liste plus 12 1/2
 à ressort, 2.50 doz. prs.

Clés (outils):
 à écrou, régulières 20%
 machiniste 10%
 à tubes Stillson 40%
 Trimo 35%

Clous en broche, Base, \$5.20.
 (Liste des extras à ajouter à la
 base des clous.)

	Ordinaires	à moule	à finir	à boîte	à plancher	à river	à couverture
1	1.50	1.75	2.00	1.75	1.75	1.20	
1 1/2	1.40	1.65	2.00	1.60		1.10	
1 3/4	1.15	1.40	1.65	1.40	1.40	95	
2 1/2	80	1.05	1.80	1.05	1.15	80	
2 3/4	75	1.00	1.25	1.00	1.15	75	
3	60	85	1.10	85	85	1.05	65
2 1/2	55	80	1.05	80	80	1.05	
2 1/4	30	55	80	55	55	90	
2 1/2	30	55	80	55	55	90	
3	20	45	70	45	45	85	
3 1/4	15	40	65		40		
3 1/2	10	35	60	35	35		
4	05	30	55	30	30		
4 1/2	05			30			
5, 5 1/2, 6, Base				25			

Clous à couverture américains 12.00

Clous en broche galvanisée à cou-
 verture:
 1x12, 10.15; 1 1/2x12, 10.05; 1 3/4x11,
 9.90; 1 1/2x11, 9.75; 2x10, 9.60; 2 1/2 et
 plus long, 9.60.

Coupés, Base 5.80

Colle:
 liquide Lepage 33 1/3%
 en plaque, blanche 37 1/2 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 polis, 5.75 les 100 pds.
 — galvanisés, 6.75 les 100 lbs.
 à grillages, polis,
 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 gal-
 vanisée, 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.
 taraudé 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:

	Doz.	Liste de prix
Warranty 11"		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 6.25
 — moyen 8.50 8.25
 en acier x4 8.95 8.70
 à neige 8.75 8.50

Ficelle
 de coton, 3 plis:
 en boules48 la livre
 en cônes44 —

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 foin 13, 6.25 les 100 lbs.
 14, 6.35 les 100 lbs.
 15, 6.60 les 100 lbs.
 d'acier, Base 5.50 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 —
60	7.70 —	17.00 —
72	9.20 —	20.00 —
84	10.50 — —
96	12.00 — —

Net liste. Liste plus 10%

Haches:
 canadiennes 19.00 doz.
 canadiennes emmanchées 21.50 —
 de garçons 14.50 —
 de ménages, emmanchées 21.00 —
 de bûcherons . . 18.50 à 20.00 —
 à double taillant. 24.50 —

Hache-viande:

	1	2	3
Universal	3.00	3.50	4.85
	15	25	30
Jewel	2.05	2.35	3.35
	5	6	7
Model	2.15	2.40	3.25
	5	10	12
Bolinder	3.30	5.00	7.50
			11.50

Limes et Râpes:
 Limes Globes 50%
 — Kearney Foot 50%
 — Arcade 50%
 — Disston 40%
 — Black Diamond 25%
 Râpes Kearney Foot 70%
 — Heller Bros. 57 1/2%

Machines à laver:
 Liste de prix
 Jubilee 12.50
 Dowswell 12.75
 Snow Ball 19.50
 Noiseless 17.50
 Momentum 21.50
 Magnet 22.75
 New Century A 19.75
 New Century B 21.75
 Patriot 23.75
 Champion 22.75
 Connor Improved 12.50
 Beaver Power 28.50
 Beaver 27.50
 Canada First 23.75
 Puritan 19.50
 Home 23.75

à l'eau:

Edéal	28.00
Connor Low Pressure	29.00
Velox	30.00

Électriques :

Seaform	120.00
-------------------	--------

Escompte 20%.

Munitions:

Cartouches à percussion annulaire

	Liste de prix à	Poudre noire	Poudre sans fumée
22 B.B. Caps	7.00	M	
22 C.B. Caps	8.80	—	
22 courtes à blanc pour théâtre	6.00		
22 courtes	10.00	10.70	—
22 longues	12.00	15.00	—
22 longues à plomb	22.00	—	—
22 longues "Rifle"	14.00	17.50	—
22 Extra longues	21.00	—	—
25 courtes	23.50	—	—
25 longues	33.00	—	—
32 courtes à blanc pour théâtre	11.00	—	—
32 courtes	23.50	—	—
32 longues	27.00	—	—
32 longues à plomb	44.00	—	—
38 courtes	37.50	—	—
38 longues	42.00	—	—

Cartouches à percussion centrale

25 Colt automatiques	58.00	—
25/20	56.00	70.00
32 S. & W.	38.50	42.00
32 Colt courtes automatiques	38.50	—
32 Colt longues automatiques	42.00	—
32 S. & W. à blanc pour théâtre	22.00	—
32 Colt automatiques	63.00	—
32/20	56.00	70.00
38 S. & W.	47.00	54.50
38 S. & W. à blanc pour théâtre	28.00	—
38 S. & W. à plomb	43.50	—
38 courtes Colt	47.00	—
38 longues Colt	51.00	—
38 Colt automatiques	91.00	—
38/40	66.50	84.00
44 Webley	58.00	—
44/40	66.50	84.00
44/40 à plomb	60.00	—
44 IxL à plomb	84.00	—
455 Colt	84.00	—
25/35	125.50	—
30 U. S. Army	190.00	—
30/30	144.50	—
303 Savage	144.50	—
303 British	190.00	—
32 Spéciales	144.50	—
32/40	102.50	121.50
351	121.50	—
38/55	125.50	152.00
43 Mauser	133.00	—
43 Mauser à plomb	140.50	—
45/60	125.50	—
45 Martini Henry	159.50	—
57 Snider	152.00	—
57 Snider à plomb	152.00	—

Escompte 30, 20%.

Munition "Dominion":

Cartouches "Crown":

Chargées à poudre noire:

	20	16	12	10
1 à 10	72.50	77.00	78.50	90.50
BB à SSG	78.50	83.00	84.50	96.50
Balles	87.50	89.00	90.50	102.50

"Sovereign" ou "Regal":

Chargées à poudre sans fumée:

	20	16	12	10
1 à SSG	65.00	85.00	96.00	107.00
Balles	92.50	92.50	100.00	114.50

Escompte 30, 20%.

Canuck, chargées à poudre sans fumée:

	20	16	12
1 à SSA	97.50	98.50	104.50
Balles	96.00	100.00	108.50

30.20%.

Plomb de chasse :

AA et plus petit 14.50 par 100 lbs.

AAA à SSG, extra net, .80 par 100 lbs.

28 balles, Extra net, 1.20 par 100 lbs.

Plomb durcl. extra net, 1.50 par 100 lbs.

Moins que 25 lbs., extra net, .50 par 100 lbs.

Meules en grès:

1½-1¾ pces d'épaisseur, 4.75 100 lbs.

2-2¼ pces d'épais., 20 à 40 lbs., 4.25 100 lbs.

2-2¾ pces d'épais., 40 à 100 lbs., 4.00 100 lbs.

Mèches

à bois Spécial 15%

Gilmour net liste

Erwin liste plus 20%

Mephisto liste plus 20%

à drilles à queue cylindrique droite, 30% et 10%.

— à queue cylindrique, ½" diam. 30% et 10%.

— à queue carrée pour le fer, 40% et 5%.

— à queue carrée pour le bois, 40% et 5%.

Nettoie-Meuble:

O-Cedar, 4 oz., 2.40; 12 oz., 4.80; ptes, 12.00; ½ gal., 20.00; 1 gal., 28.00.

Liquide Veneer, 4 oz., 2.40; 12 oz., 4.80; 32 oz., 10.00; 64 oz., 16.20; 128 oz., 28.00.

Outils de menuisier Stanley:

Les prix ont été révisés. Nous publierons la nouvelle liste dans un prochain numéro.

Papier d'emballage :

1 Manille	13.00	100 lbs
B	16.00	100 lbs
Fibre	12.50	100 lbs
Kraft	14.50	100 lbs

Pelles :

à terre et à rigolle, carrées ou rondes.

Black Cat	doz.	15.60
Fox	—	16.25
Olds	—	16.25
Bulldog	—	18.85
Jones	—	18.85

à sable, Black Cat:

	2	3	4	5	6	8
15.60	15.95	16.30	16.65	17.00	17.70	

à mouleur Bull Dog polies

doz.	19.85
--------------	-------

Pics :

	5/6	6/7	7/8 lbs.
à terre	11.50	12.50	13.50 doz.
à roc	11.50	12.50	13.50 doz.

Pièges à gibier:

(Fabrication Oneida Community.)

Victor:

	0	1	1½	2	3	4
2.35	3.50	4.20	5.75	9.75	11.75	

Jump:

3.20	3.70	5.50	8.70	11.85	13.85
------	------	------	------	-------	-------

H.N.

4.25	5.90	7.60	10.60	14.15	16.65
------	------	------	-------	-------	-------

New House:

7.50	11.35	16.75	22.35	26.35	
------	-------	-------	-------	-------	--

Pincés leviers 10.50 100 lbs.

Piton vis et crochets en broche, 80%

Planches à laver:

Household	6.50
Waverley	6.50
Two in One	6.50
Three in One	6.50
Twin Beaver	7.20
Surprise	5.25
Competitor Globe	6.15
Enameled Queen	9.50
Supreme Zinc	6.50
Vitre	8.75

Rivets :

de ferblantier 37½%

à voiture 37½%

en laiton 27½%

Rondelles:

en laiton liste plus 35%

en fer 30%

Réservoirs à eau chaude:

80 gallons, ordinaires 18.00

30 gallons, extra forts 16.50

Tondeuses

	Liste de prix
pour chevaux Stewart	
No 1	16.00
No 2	18.00
pour moutons:	
No 8	18.00
No 9	22.00

Moins 25%.

Toile moustiquaire:

100 pieds carrés 6.50

Toitures en rouleaux:

(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	2.18
Toiture goudronnée "Red Star" 3 plis	2.55

Neponset Paroid.

(Surface grise unie).

Neponset Paroid 3.20

" " 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	2.20
2 plis	2.55
3 plis (rouleaux de 108 pieds carrés seulement)	2.90

Papiers pour construction:

	le rouleau
Neponset noir 36"x500'	2.90
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	3.75
25 lbs 200 pieds carrés	2.15

Peintures:

Neponset noir gallon	1.05
Neponset rouge ou brun "	1.65
Neponset vert "	2.20
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:

	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 Barrétt, 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	8.75

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
Coaltear (raffiné), le baril	10.25
Coaltear (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
Réceptifs de 1 gallon (1 douz. à la caisse) la caisse	13.00
Réceptifs de 1 gallon (½ douz. à la caisse) la caisse	7.00
Réceptifs 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
Réceptifs de 1 gallon (1 douz. à la caisse) la caisse.	12.00
Coaltear (raffiné) le baril.	10.25
Coaltear (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) 15%

Tuyau en fer:

	Noir	Galvanisé	
½	6.70	8.70	100 pieds
¼	5.31	7.38	—
¾	5.31	7.38	—
½	7.10	8.63	—
¾	8.80	10.87	—
1	13.00	16.07	—
1¼	17.60	21.74	—
1½	21.04	25.99	—
2	26.20	34.97	—
2½	44.75	55.28	—
3	58.53	72.29	—
3½	74.06	90.60	—
4	87.74	107.37	—

Tuyau de plomb:

jusqu'à 2 pces.	100 lbs	13.50
2 pces à 3 pces	—	14.50
3 pces	—	15.50
de renvois, 1¼ à 2	—	14.50
en longueur, 2 à 4	—	14.50

Vadrouilles :

	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
		14.00	20.20

41 à 50 —	15.00	23.00
51 à 60 —	16.00	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 33 1/3%.

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

Un fait capital du marché de cette semaine est la publication d'une nouvelle liste pour la vitre. Cette nouvelle liste montre des réductions variant de 20 à 50 pour cent sur les différentes coupes. La demande continue à être faible et on ne sait encore si ces nouveaux prix vont stimuler les affaires.

L'huile de lin a baissé d'environ 10 cents par gallon. Le blanc de plomb et le mastic se maintiennent sans changement de prix et le shellac continue à être très incertain.

On constate une augmentation du volume d'affaires pour les peintures et vernis et produits s'y rattachant. Les ventes sont quelque peu inférieures aux ordres de printemps de l'an dernier, mais elles sont considérées comme satisfaisantes par les fabricants de peinture.

NOUVELLE BAISSÉ DE L'HUILE DE LIN

Huile de lin — Comme nous l'avions prévu précédemment, l'huile de lin subit cette semaine une nouvelle baisse qui atteint environ 10 cents par gallon.

Nous cotons:

	Gallon Imperial
Huile Brute—	
1 à 2 barils	0.97
3 à 4 barils	—

Huile bonille—

1 à 2 barils	0.99
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.

PAS DE CHANGEMENT POUR LA TEREBENTHINE

Térébenthine — Il n'y a pratiquement pas de changement dans la situation de la térébenthine cette semaine. Les conditions dans le Sud ne sont pas changées, mais le ton est un peu plus ferme que celui de l'hiver dernier. Les demandes sont toujours faibles, mais les cours se maintiennent aux prix précédents.

Gallon impérial

Térébenthine—
 Par baril simple 1.33 1.48
 Par petits lots 1.43 1.58
 Emballage en sus.

PAS DE CHANGEMENT POUR LE BLANC DE PLOMB A L'HUILE

Blanc de plomb à l'huile — Les cours du blanc de plomb à l'huile n'ont pas changé. Les manufacturiers qui corrodent le plomb sont sous l'impression que le prix du plomb en saumon a atteint son minimum et dernièrement même il a accusé une légère avance. Cependant par suite du prix de la matière première, on espère que les prix du blanc de plomb à l'huile seront révisés, mais il faut remarquer qu'il y a de gros stocks en main pour le moment et que ce produit ne s'écoule que très lentement.

BLANC DE PLOMB (Moulu dans l'huile)

	De Moins	1 à 5 d'une
	tonnes	tonne
Gliddens	\$16.50	\$16.85
Anchor, pur	16.50	16.85
Crown Diamond	16.50	16.85
Crown, pur	16.50	16.85
O.P.W. Dec. pur	16.50	16.85
Eléphant, véritable	16.50	16.85
Red Seal	16.50	16.85
Decorators, pur	16.50	16.85

Peintures à l'huile : Prix en bidon d'un gallon.

Martin-senous 100% pure	4.80	5.05	5.20	5.45
C.P. Canada Paint	4.80	5.05	5.25	5.25
Endurance-Glidden	4.80	5.05	5.05	5.05
B.H. Brandram-Henderson	4.80	5.05	5.20	5.45
Sherwin-Williams	4.80	5.05	5.25	5.45
Crown Diamond, McArthur Erwin	4.55	4.80	4.90	5.10
Ramsays Unicorn ou Bull Dog	4.65	4.90	5.05	5.30
Canada Ottawa Paint Works	4.50	4.80	4.80	5.10
Handy Home Glidden	3.90	4.20	4.20	4.30
Hills	3.85	4.10	4.35	4.35
Elephant	4.55	4.95	4.85	5.00
Family Sherwin-William	3.90	4.05	4.05	4.20

Peintures mates pour murs :

Newton, Martin-Senous	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

Peintures à plancher :

Prix en bidon d'un gallon.

Senour, Martin-Senous	4.20
S.W.P., Sherwin-William	4.20
C.P., Canada Paint	4.20
Glidden	4.20
O.P.W., Ottawa Paint Work	4.00
B.H., Brandram-Henderson	4.20
C.D. Crown Diamond, McArthur-Erwin	4.20

Peintures à vestibules :

Prix en bidon d'un gallon

Martin-Senour	4.80
S.W.P., Sherwin-William	4.80
B.H., Brandram-Henderson	4.80
O.P.W., Ottawa Paint Work	4.50

O.P.W. anglais	16.50	16.85
Green Seal	16.50	16.85
Moore, pur	16.50	16.85
Ramsay, pur	16.50	16.85

Produits de "The Steel Co. of Canada, Ltd".

Tiger, pur	16.50	16.85
Decorators, spécial	13.00	
Maple Leaf, spécial	10.00	

F.o.b. Montréal 2% 15 jours.

Blanc de zinc :

Pur à l'huile	21.00	100 lbs.
-------------------------	-------	----------

LE MASTIC NE MONTRE AUCUN CHANGEMENT POUR LE MOMENT

Mastic — Il n'y a rien de nouveau à signaler dans la situation du mastic. Les prix restent les mêmes et les ventes sont peu nombreuses pour le moment, sauf, bien entendu, quelques ordres de réassortiment.

En barils	\$5.60
Par 100 livres	7.00
Par 25 livres	7.85
Par 12½ livres	8.10

Mastic à l'huile de lin pure \$3.50 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

Couleurs Blanches Vertes Rouges régulières

	Blanches	Vertes	Rouges
4.80	5.05	5.20	5.45
4.80	5.05	5.25	5.25
4.80	5.05	5.05	5.05
4.80	5.05	5.20	5.45
4.80	5.05	5.25	5.45
4.55	4.80	4.90	5.10
4.65	4.90	5.05	5.30
4.50	4.80	4.80	5.10
3.90	4.20	4.20	4.30
3.85	4.10	4.35	4.35
4.55	4.95	4.85	5.00
3.90	4.05	4.05	4.20

Prix en bidon d'un gallon

Couleurs régulières Blanches

3.75	3.85
3.75	3.85
3.75	3.85
3.75	3.85
3.75	3.85
3.75	3.85

Glidden	4.80
C.D., McArthur-Erwin	4.50
Ramsay	4.65

Peintures émaillées (blanches) :

Prix en bidon d'un gallon

Vitalite, Pratt-Lambert	8.75
Superior White, Glidden	8.40
Martin, Martin-Senour	7.00
Albagloss, Canada Paint	6.30
Japalac, Glidden	5.10
Agate, Ramsays	6.00
Sunshine	7.00
Invincible, Ramsays	7.50
Old Duch, S.W.P.	6.27
C.D. Masters Painters	8.20
Jasperlac	5.00
B.H. English	8.00

Dissolvant de peintures et de vernis :

Prix en bidon d'un gallon

Glidden	3.60
Taxite	3.80
Gumoff	3.80
Chalco	3.80
Varn-Off	3.25
Expedite	4.05
B.H. Varnisher	3.80
O.P.W.	4.00

Peintures à l'eau :

Prix en paquets de 5 lbs.

	Blanches	Couleurs
Alabastine	9.60	9.60 100 lbs.
Decotint	9.50	9.50 —
Mabbleine	7.55	8.15 —
Glidden		
Universal	8.50	9.50 —
Ramsays Perfecto	8.50	9.50 —
C.D. Wall		
Coating	8.75	9.20 —
Jelly tone	7.80	7.80 —
Frescota	7.80	8.40 —

Teintures aux vernis :

	¼ ch.	½ ch.	1 ch.	1 pte
Wood Lac18	.38	.60	1.11
C.D. Var-Tain18	.30	.50
Jap-a-Lac				
Glidden18	.38	.60	1.11
Agate18	.38	.57	1.08
Jasperlac18	.28	.48	.90
Sun18	.30	.54	.95
Chinalac21	.30	.54	.99
Sher-Wil Lac18	.30	.54	.99

Vernis :

Prix en bidon d'un gallon

61 Pratt-Lambert	5.81
38 Pratt-Lambert	5.81
110 Pratt-Lambert	4.90
Spar Finishing, Pratt-Lambert	7.88
Florette Glidden	4.86
Wearette Glidden	4.86
Japspar Glidden	6.00
Japalac Glidden	4.05
Marble-ite Martin-Senour	4.87
Jasperite	6.75
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	8.25
Universal Ramsays	3.75
7-20 Ramsays	3.00
C.D. Big 4 Intérieur, Martin-Senour	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

Couleurs à l'huile pure :

Prix en bidon de 5 livres.

Vert chrome	30 la livre
Vert Nofade	28½ —
Vert Impérial	39 —
Vert bouteille	39 —
Jaune chrome	70 —
Jaune ocre	28 —
Jaune ocre dorée	35 —
Rouge vénitien	27 —
Rouge indien	36 —
Rouge vermillon Am.	80 —
Rouge vin	50 —
Bleu prussien	1.50 —
Bleu chinois	1.20 —
Bleu marin	70 —
Bleu azur	55 —
Noir ivoire	44 —
Brun terre d'ombre	36 —
Brun terre de Sienne	36 —
Brun "Van Dyke"	40 —

LES VENTES DE



Pendant l'année 1920

ont été de 1,495,670 livres de plus que les ventes de l'année 1919
et de 3,032,459 de plus que celles de 1918.

Ceci est une preuve évidente que le public apprécie la meilleure qualité de thé contenue dans

LES PAQUETS

"SALADA"

N.B.—Les ventes de thé vert SALADA dans la province de Québec en 1920 ont dépassé de 64 p.c. les ventes de 1919.

Salada Tea Co., of Canada, Limited
MONTREAL

Le Marché de l'Alimentation

Mercredi, 9 février 1921.

Le marché continue à montrer des signes de stabilisation et les acheteurs commencent à avoir plus de confiance dans la situation. Les stocks déprimés qui ont été en partie cause de la dégringolade sur la plupart des marchés sont pratiquement tous liquidés et bien des marchés montrent maintenant de la fermeté. Ceci est particulièrement le cas pour les thés et cafés, qui montrent beaucoup de fermeté avec une augmentation continue des prix sur les marchés d'origine. Ces augmentations, bien que n'ayant pas encore affecté d'une façon appréciable les cours en Canada pour le commerce de détail, sont appelés à avoir leur répercussion tôt ou tard.

Les épices montrent également une tendance à la hausse, principalement le poivre gris et le blanc. On considère généralement que le prix a atteint maintenant son minimum, et bien que les prix sur place continuent en certains cas à montrer des concessions, ce sont plutôt des sortes d'ajustements sur les stocks qui arrivent et qui ont été obtenus au plus bas prix.

Le sucre raffiné se maintient assez ferme, mais le marché du sucre brut montre un ton plus faible avec abaissement des prix.

Les noix et amandes écalées continuent à se montrer fermes et tout semble indiquer que les prix de remplacement seront plus élevés que les prix actuels.

Les conserves et les fruits secs offrent plus d'intérêt. Les légumes en boîtes s'écoulent bien et les prix se sont affermis. Les pruneaux sont en meilleure demande et il y a une plus forte tendance à acheter en plus grandes quantités. Les corinthes sont moins soutenues, tandis que les raisins se maintiennent fermes.

Les pommes de terre sont moins chères et moins soutenues. La bonne récolte et la faible demande en sont, dit-on, la cause.

Le porc et ses produits sont incertains et il y a tendance à baisse. Les oeufs continuent à arriver en plus grande abondance et les prix continuent à montrer des diminutions. Le fromage est ferme et le beurre en général reste soutenu.

MARCHÉ SOUTENU POUR LE PORC

Viandes fraîches — Le marché des viandes fraîches reste soutenu cette semaine. On signale cependant quelques faibles diminutions pour certaines coupes.

Cotations fournies par la maison
NOE BOURASSA, LIMITEE,
en date du 8 février 1921.

Porcs vivants 17.50 17.75

Porcs préparés—

Tués aux abattoirs,
choisi 24.50 25.00

Porc frais—

Gigot de porc (trimé) 0.35
Longes (trimées) 0.36
Longes (non trimées) 0.34
Epaules (trimées) 0.26
Saucisse de porc (pure) 0.24
Saucisse de Boeuf 0.13

(Steers et Heifers):

Boeuf frais—

Quartiers derrière 0.25 0.27
Quartiers devant 0.15 0.16
Longes 0.32 0.34
Côtes 0.22 0.24
Chucks, haut coté 0.13 0.14
Hanches 0.19 0.21

(Vaches)—

Quartier derrière 0.23 0.24
Quartiers devant 0.13 0.14
Longes 0.28 0.30
Côtes 0.20 0.22
Chucks 0.11 0.13
Hanches 0.18 0.20
Veaux (sulfant qualité) 0.16 0.26
Agneaux 85-50 lbs (entiers), la lb 0.26 0.27
Mouton, 50-75 lbs. No 1 0.14 0.17

PAS DE CHANGEMENT POUR LES VIANDES CUITES

Viandes cuites — Aucun changement à signaler cette semaine sur le marché des viandes cuites dont les prix se maintiennent aux cours précédents.

Cotations fournies par la Compagnie
Canadienne SWIFT, Limitée,
en date du 8 février 1921.

Langue de porc en gelée 0.47
Boeuf pressé en gelée, la lb 0.24
Jambon et langue, la lb 0.43
Veau et langue 0.35
Epaules, rôties 0.60
Jambons cuits 0.55
Epaules, bouillies 0.43
Pâtés de porc (doux) 0.80
Boudin, la lb 0.10
Mince meat, la lb 0.18 0.19
Saucisse de porc, pure 0.30
Bologne, la lb 0.14 0.24

LES VIANDES EN BARILS SONT STABLES

Viandes 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 8 février 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

LE JAMBON SANS CHANGEMENT

Viandes fumées — Le marché se montre ferme pour les viandes fumées dont les prix n'ont subi aucun changement cette semaine.

Cotations fournies par la Compagnie Canadienne SWIFT, Limitée, en date du 8 février 1921.

Jambons—Premium:

8-10 livres	0.40	0.43
-----------------------	------	------

Medium, fumé, la livre:

8-10 livres	0.39
12-15 livres	0.38
14-20 livres	0.38
20-25 livres	0.38
25-35 livres	0.32
Plus de 35 livres	0.29

Bacon—

Déjeuner	0.43	0.54
Cottage roulé		0.36
Jambons Picnic		0.27

MARCHE CALME POUR LE SHORTENING

Shortening — Le marché du shortening est calme cette semaine et les cours ne comportent aucune variation.

Cotations fournies par la Compagnie Canadienne SWIFT, Limitée, en date du 8 février 1921.

Shortening "Cotosuet"

Tierces, 400 lbs, la lb	0.16
Tinettes, 50 lbs, la lb	0.16½
Seaux, 20 lbs, la lb	0.17
Morceaux, 1 lb., la lb.	18½

LE SAINDOUX EST FERME

Saindoux — Le marché du saindoux reste ferme cette semaine aux cours précédemment cotés.

Cotations fournies par la Compagnie Canadienne SWIFT, Limitée, en date du 8 février 1921.

Tierces, 400 lbs., la lb.	0.23½
Tinettes, 50 lbs., la lb.	0.23½
Seaux, 20 lbs, la lb.	0.24½
Morceaux, 1 lb., la lb.	27½

OEUFS

Cotations fournies par la maison GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE, en date du 8 février 1921.

Frais pondus	0.70
Entrepôt choisis	0.65
Entrepôt No 1	0.60

MARGARINE

Cotations fournies par la maison GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE, en date du 8 février 1921.

Tip Top, blocs	0.33
— Tinettes	0.31
National, blocs	0.30
— tinettes	0.29
Humber, blocs	0.26
— tinettes	0.25

LE BEURRE SANS CHANGEMENT

Beurre — Le marché reste ferme pour le beurre et il n'y a aucun changement à signaler dans les prix cette semaine.

Beurre crèmerie No 1	0.56
Beurre crèmerie, bloc 1 lb.	0.57
Beurre crèmerie No 2	0.55
Laiterie	0.48

LE FROMAGE EST FERME

Fromage — Aucun changement à signaler cette semaine pour le fromage dont les prix restent fermes aux cours précédemment cotés.

Double, la lb.	0.27
Triple, la lb	0.28
Stilton, la lb	0.36
Fantaisie vieux fromage, la lb.	0.35
Doux Québec	0.30

LA VOLAILLE SANS CHANGEMENT

Volaille — Pas de changement à signaler cette semaine pour la volaille dont les cours n'ont pas varié.

Cotations fournies par la maison WALTER DEERY & CO., en date du 8 février 1921.

Poule	0.32	0.38
Poulet	0.35	0.40
Dindes		0.58
Dindons		0.60
Oies		0.38
Canards domestiques		0.43
Canards du lac Brôme		0.46
Chapons		0.50

MARCHE FERME POUR LE POISSON

Poisson — Le marché du poisson se maintient ferme et on signale cette semaine une hausse du homard vivant. Par contre les haddock et le doré gelé sont légèrement diminués.

Cotations fournies par la maison D. HATTON COMPANY, en date du 8 février 1921.

Poisson frais

Haddock	0.07½
Morus, pour le marché	0.07
Crevettes	
Homards vivants	
Poisson blanc	
Flétan	
Brochet	
Carpe	
Perehaude	
Doré	
Truite	0.23

Poisson fumé

Haddies, BXs, X la lb.	
Filets	
Bloaters, la boîte 50	
Kippers, la boîte 50	
Harang fumé sans arêtes	
Harang saure, la boîte	

Poisson gelé

Gaspereaux, la lb.	0.06½
Harangs	0.07
Flétan, gros et petit	0.19
Flétan, de l'Ouest, moyen	0.21
Haddock	0.07½
Maquereau	0.16
Doré	0.18
Morus en tranches	0.08½
Saumon de Gaspé, la lb.	0.29
Saumon Colombie, rouge	0.22
Saumon Colombie, pâle	0.18

Morus—

Morus, grosses, brl, 200 lbs	14
Morus, No 1, medium, brl de 200 lbs.	14
Morus No 2, brl de 30 lbs	13
Pollack No 1, brl de 300 lbs.	12
Morus, sans arêtes, (boîtes de 20 lbs), la lb.	
Morus, sans arêtes, (cartons de 24 lbs), la lb.	
Morus (Irish), morceaux de 2 lbs, boîtes de 20 lbs.	
Morus, sans arêtes (3 lbs).	
Morus, en filaments (boîtes de 12 lbs).	2.40
Morus sautes, ballots de 100 lbs	12
Harangs Labrador No 1 Brls	12
Harangs Labrador No 1, ½ brls	12
Saumon Labrador No 1 tierces	25
Maquereau No 1, brls.	25
Saumon Labrador No 1 brls.	25
Truite de mer	21

NOUVELLE BAISSÉ DE LA FARINE

Farine — On constate cette semaine une nouvelle baisse générale de cents sur toutes les qualités de farine.

Nous cotons:

Farines, de blé—	
Chans straight en mixtes	
50,000 lbs. sur la voie, le baril, en (2) sacs de jute, 98 lbs	

2) sacs de coton, 98 lbs.	10.40
lots, le baril (3) sacs de	
e, 98 lbs.	10.20
e de blé d'hiver (harfl).	
sacs jute	9.70
Patente, par (2) sacs de	
e, 98 lbs, ex entrepôts	10.70

LEGERE BAISSÉ DE L'AVOINE

et grains — Le marché est calme pour le foin et les grains. On note pendant une légère diminution de blé et de l'orge.

Cotations fournies par la maison

QUINTAL & LYNCH,

en date du 8 février 1921.

paillle grain (prix de gros par tonne de charbon):

No 1, tonne de 2,000 lbs.
No 2	29.00
No 3	30.00
	14.00

avoine:

2 C.W. (34 lbs)	0.69
C.W.	0.67
Feed	0.87
Feed
Feed	0.80

orge:

2 C.W.	1.15
C.W.	1.00
	0.90
Inde No 2 jaune	0.85
(Fonds américains)	
Inde No 3 jaune	0.84
(Fonds américains)	

note — Ces prix sont à l'élevateur et comprennent pas le coût des

MELASSE SANS CHANGEMENT

classe — Aucun changement à signaler sur la mélasse cette semaine. Les prix restent les mêmes que ceux précédemment.

Cotations fournies par la
CANADA STARCH CO.,
en date du 8 février 1921.

Strop de blé d'Inde:	
ils environ 700 livres	0.07 1/2
barils	0.07 1/2
barils	0.08 1/2
Boîtes de 2 livres, caisse 3 douz.	
caisse	5.20
Boîtes de 5 livres, caisse 1 douz.	
caisse	5.95
Boîtes de 10 livres, caisse 1/2 douz.	
la caisse	5.65
Barils, seau 125 lbs, chaque	2.45
Barils, seau 38 1/2 lbs, chaque	3.65
Barils, seau 65 lbs, chaque	5.00

Strop de blé d'Inde blanc:	
Boîtes de 2 livres, 3 douz. à la	
caisse	5.90
Boîtes de 5 livres, 1 douz. à la	
caisse, la caisse	6.55
Boîtes de 10 livres, caisse 1/2	
la caisse.	6.35

LASSIES:—

Wagons	0.07
Barils	0.07 1/2
1/2 barils	0.07 1/2
1/4 barils	0.08

Strop de canne (crystal Diamond):

Boîtes de 2 livres, 3 douz. à la	
caisse	8.50
Barils, les 100 livres	12.25
1/2 barils, les 100 livres	12.50

Mélasse des Barbades:—

Prix pour l'île de Montréal.

Tonnes	1.40
Barils	1.48
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	10.00
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)	11.20
Jaune No 1	10.10
Jaune No 2 ou	10.00
Jaune No 2	10.00
Jaune No 4	9.95
En poudre, barils	10.80
En poudre, 50s	10.80
En poudre, 25s	11.00
Cubes et dés, 100 lbs	11.20
Cubes, boîtes de 50 lbs	11.20
Cubes, boîtes de 25 lbs	11.00
Cubes, paquets de 2 lbs	11.00
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	11.25
En morceau, boîtes de 2 lbs	11.20
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	11.50
" " 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 vertes), douz. 2 1/2	4.50	4.85
--	------	------

Fèves, Golden Wax	2.15	2.20
Asperges importées, 3 1/2 s.	5.50	5.55
Fèves, Refuges	2.15	2.20
Blé d'Inde (2s)	1.50	1.52 1/2
Betteraves, 3 lbs.	1.35	1.35
Carottes (tranchées), 2s.	1.45	1.75
Blé d'Inde (en épis) gal.	7.00	7.50
Epinards, 3s.	2.85	2.90
Epinards, Can. (2s)	1.80	1.80
Epinards Californie, 2s.	3.15	3.50
Tomates, 1s.
Tomates, 2s	1.85	1.85
Tomates, 2 1/2 s	1.50	1.52 1/2
Tomates, 3s
Tomates, gallons	6.50	7.00
Citrouille, 2 1/2 s. (douz.)	1.50	1.55
Citrouille, gallon (douz.)	4.00	4.00
Pois, standards.	1.85	1.90
Pois, early June	2.05	2.10
Pois, très fins, 20 oz.	2.25	2.25
Pois, 2s., 20 oz.	2.10	2.10

Pois importés—

Fins, caisse de 100, la		
caisse	37.50	
Extra fins	30.00	
No 1. L	23.00	

CONSERVES DE FRUITS

Pommes, 2 1/2 s. douz.	1.90	2.00
Pommes, gall., douz.	5.25	5.75
Blueberries, 2s	2.25	2.25
Groscelles, noires, 2s douz.	4.00	4.05
Cerises, rouges, sans		
noyau, sirop épais, la		
douz.	4.80	5.15

LEGERE BAISSÉ DES ENGRAIS

Engrais — Le marché des engrais est un peu moins soutenu et on signale une légère baisse de \$2.00 sur le short ainsi qu'une diminution de 25 cents sur la farine à bestiaux.

Son, wagons mélangés	40.25
Short, wagons mélangés	38.25
Moulée d'avoine	50.00
Farine à bestiaux, 98 lbs.	2.75

Engrais de gluten:

f.o.b. Cardinal	56.00
f.o.b. Fort William	51.00

LES OIGNONS ET LES POMMES DE TERRE DIMINUENT

Légumes — Marché calme pour les légumes cette semaine. Les pommes de terre ont diminué de 25 cents par sac tandis que les oignons ont baissé de 50 cents.

Cotations fournies par la maison

CHARBONNÉAU & FRERES,

en date du 8 février 1921.

Betteraves nouvelles, sac		
(Montréal)	1.00	1.25
Chou-fleur canadien, douz. dou-		
ble caisse	3.75	4.00
Chou (Montréal) baril	1.25	1.25
Carottes (sac)	1.00	1.00
All, lb	0.20	0.20
Laitne, Canada, doz.	2.00	2.00

**Si vous éprouvez
quelque embarras
dans vos achats**

CONSULTEZ

les Annonces du

PRIX COURANT

**et écrivez aux
annonceurs.**

Tél. Lasalle 3571

J. A. DESROSIERS

Grand Assortiment:
Meubles, Poêles, Literie, Tapis, Gramophone, Etc.

1593 Masson, Rosemont, - MONTREAL

Bureau: 131 St-Jérôme
Coin Delorimier
Tél. St-Louis 3448

Résidence: 172 St-Jérôme
Tél. St-Louis 1769

AIME FAILLE

Toujours en main:—

Blocs pour mur de division.

Blôcs pour cheminée.

Bois, Charbon, Foin, Grains.

Voitures pour Dénégement

MONTREAL

Tél. St-Louis 2612

A. LALANDE

MAGASIN GÉNÉRAL

Licencié pour la Bière et le Vin.

102 Rue St-Jérôme, - - MONTREAL

Au commerce d'épicerie

NOS PRIX SONT LES PLUS BAS

SUR

**Les RIZ, les MÉLASSES, les CONFITURES, les
PRUNEAUX, les RAISINS, la GRAISSE
PURE, les FÈVÈS BLANCHES, les
POIS à SOUPE, les POISSONS.**

Demandez notre Liste de Prix et rendez-vous compte de
l'avantage que vous avez de nous confier vos ordres d'achat.

Nous vous enverrons sur demande NOTRE MAGNIFIQUE CALENDRIER.

LAPORTE, MARTIN, LIMITÉE

Épiceries, Vins et Liqueurs en Gros.

584 RUE ST-PAUL OUEST, - - - - - MONTREAL

Poireaux, douz.	0.40	0.50
Oignons rouges, 75 lbs.	1.00	
Oignons espagnols, caisse	5.50	
Persil (canadien)	1.00	
Punais, 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 (douz.)		
Céleri, canadien, la douz.	1.25	
Atacas	23.00	
Céleri Californie	2.00	

BAISSE DE 10 CENTS SUR LE CLOU

Epices — Le marché est calme pour les épices. On signale toutefois une baisse de 10 cents sur les clous et le macis.

Cotations fournies par la maison
J. J. DUFFY & CIE,
en date du 8 février 1921.

Allspice	0.20	
Cassia	0.32	0.35
Cannelle—		
Boulaux	0.35	
Pure moulue	0.35	0.40
Clous	0.60	0.65
Crème de tartre (fran- çaise pure)	0.75	0.80
Chicorée canadienne	0.25	
Américaine (high test)	0.80	0.85
Gingembre	0.40	
Gingembre (Cochin ou Ja- pon)	0.31	
Macis	0.60	0.70
Epices mélangées	0.30	0.32
Muscade, entières	0.35	0.36
Muscade, moulue	0.35	0.40
Poivre noir	0.30	0.35
Poivre blanc	0.35	0.40
Poivre (Cayenne)	0.35	0.37
Epices à marinades	0.26	0.28
Paprika	0.60	
Turmeric	0.25	0.30
Acide tartrique, la lb. (en cristaux ou en poudre)	1.00	1.10
Graine de cardemome, la lb., en vrac	3.00	
Carvi (carraway) holl no- minal	0.25	0.30
Cannelle, Chine, la lb.	0.80	
Cannelle, la lb, moulue	0.30	0.35
Graine de moutarde, en vrac	0.35	0.40
Graine de céleri, en vrac (nominal)	0.75	0.80
Clous ronds, entiers, (Pimento)	0.18	0.20

LE MARCHÉ DU CAFE S'AFFERMIT

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

Cotations fournies par la maison
KEARNEY BROS.,
en date du 8 février 1921.

Café—	La livre	
B	0.24	0.29
M	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	0.42

LE THE EST PLUS SOUTENU

Thé — Les marchés des thés 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 thés de haute qualité sont en grande demande et sont chers. Les thés 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 8 février 1921.

Nous cotons:

Thés Japon—(nouvelle récolte)		
Choix	0.48	0.52
Early Picking	0.55	0.65
Meilleures variétés	0.80	1.00

Ceylan et Indes—

Pèkeos	0.35	0.40
Orange Pekeos brisé	0.40	0.56
Oranges Pekeos	0.38	0.60

Gunpowder Tea—

Imperial	0.45	0.55
Pinhead	0.50	0.65
Pea leaf	0.35	0.45

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

MARCHE ACTIF POUR LES FRUITS

Fruits — Le marché des fruits est assez actif cette semaine. Les citrons et oranges de Californie arrivent abondamment et sont légèrement meilleur marché. Tous les fruits sont d'ailleurs moins soutenus sauf toutefois les aïnelles qui accusent une augmentation appréciable.

Cotations fournies par la maison
HART & TUCKWELL
en date du 8 février 1921.

Pommes—

Baldwins	6.00	7.00
Ben Davis	7.00	7.50
Greenings	6.50	7.00
Spies	8.00	9.00
Pommes en caisses	4.00	5.00
Aïnelles, baril	30.00	
Raisin Almeria keg	15.00	
Pamplemousse Floride, 46, 54 et 64	5.50	7.00

Citrons de Californie	5.50	6.00
Oranges de Californie	5.50	6.00
Poires Californie (cse)	6.00	7.00
Bananes	6.50	7.00
Ananas	11.00	
Figues de Turquie, lb.	0.28	0.31
Dattes nouvelles, lb	0.13	0.22

LES FRUITS SECS SONT TRANQUILLES

Fruits secs — Marché tranquille pour les fruits secs cette semaine. Le seul changement à signaler est une diminution des dattes et des figues.

Nous cotons:

Abricots, fancy	0.38	0.43
Abricots de choix	0.38	0.43
Abricots, slabs	0.35	0.40
Pommes (évaporées)	0.14	0.16
Pêches (fancy)	0.28	0.31
Poires de choix	0.24	0.28

Pelures séchées:

De choix	0.26	0.30
Ex. fancy	0.30	0.35
Limon	0.45	0.50
Citron	0.60	0.65
Pelures (mêlées et tranchées) doz.	3.25	3.50

Raisin:

En vrac, Valence, boîtes de 25 lbs., la lb.	0.23	0.25
Muscatsels 2 couronnes	0.22	0.24
" 1 couronne	0.23	0.25
" 3 couronnes	0.23	0.25
" 4 couronnes	0.27	0.29
Sans pépins de Calif., car- tons 16 onces	0.28	0.30
Corinthes (vrac)	0.19	0.21
Corinthes grecs, 16 onces	0.21	0.23
Epepiné, fancy	0.26	0.30
15 onces	0.26	0.30
Dattes, vrac	0.12	0.14
Farcies, boîtes de 12 lbs.	3.25	3.50
En paquets seulement		
Dromadaire (36 10 onces)	7.00	
En paquets seulement, Ex- celsior, 36 x 10 oz.	5.00	
Figues 2 1/4s, la lb.	0.15	0.17
Figues 2 1/2s, la lb.	0.17	0.19
Figues blanches (70 boi- tes 4 onces), 3.50, 50 x 6 oz.	3.50	3.75
12 x 10 oz.	1.25	1.40
lbs, la lb	0.08	0.10

**Figues Fancy Malaga, 22
Pruneaux (boîtes de 25 lbs):**

20-30s	0.38	0.43
30-40s	0.24	0.28
40-50s	0.20	0.24
50-60s	0.19	0.23
60-70s	0.16	0.20
70-80s	0.15	0.19
80-90s	0.12	0.16
90-100s	0.10	0.14

LES CEREALES EN BAISSE

Céréales — Le marché des céréales s'affaiblit et on constate des diminutions pour presque tous les articles. Le cornmeal principalement subit une réduction notable.

Céréales—

Cornmeal, golden, granulé . . .	3.50
Orge perlé (sac de 98 lbs.) . . .	5.75
Farine de sarrasin (98 lbs) nouvelle . . .	5.75
Orge mondé, (98 lbs) . . .	4.75
Hominy gruau, (98 lbs) . . .	5.25
Hominy perlé, (98 lbs) . . .	5.00
Graham, baril . . .	10.75
Oatmeal (standard granulé) . . .	4.00
Avoine roulée, 90s (en vrac) . . .	3.70

LES PRODUITS EN PAQUETS SONT FERMES

Produits en paquets — Aucun changement cette semaine dans les cours des produits en paquets qui se maintiennent fermes.

Nous cotons:

Breakfast food, caisse 18 . . .	3.50
Cocoa Fry's, bte 1/2 lb., . . . lb	0.52
" Bakers, bte 1/2 lb. . .	0.52
" Lawneys, bte 1/2 lb., . . .	0.54
Flocons maïs, caisse 3 douz.	3.65 3.50 4.25
Flocons, avoine, 20s.	5.80
Avoine roulée, 20s	5.80
Avoine roulée, 18s	5.00
Oatmeal, coupe fine, paquets, caisse.	6.80
Riz puffé	5.72
Blé puffé	4.40
Farine, caisse	3.25
Hominy, perle ou grain, 2 douz.	3.55
Health bran, (30 paquets) caisse	3.85
Orge perlé écossais, caisse	3.90
Farine à crêpe, caisse	3.70
Farine à crêpe, préparée, douz.	1.50
Wheat food, 18-1/2,	3.25
Farine de sarrasin, caisse	3.60
Flocons de blé, caisse 3 douz.	3.95
Oatmeal, coupe fine, 20 pqt.	6.80
Blé à porridge, 36s caisse	6.40
Blé à porridge, 20s caisse	6.00
Farine préparée (paquets de 3 lbs.), douz.	7.80
Farine préparée (paquets de 4 lbs.), douz.	5.80
Corn Starch (préparé).	0.11
Farine de pomme de terre.	0.13
Beason Corn Starch, 1s lb.	0.11
Canada Corn Starch, 1s lb.	0.10
Canada Laundry Starch, lb.	0.99
Empola (buanderie).	0.99
Fleur tapioca	0.19 0.23

FARINE PREPAREE DE BRODIE ET HARVIN

"XXX" (étiquette rouge) Paquets de 3 lbs, la douz.	\$2.95
"XXX" (étiquette rouge) Paquets de 6 lbs, la douz.	5.80
Crépan (étiquette rouge) paquets de 3 lbs, la douz.	2.90
Crépan (étiquette rouge) paquets de 6 lbs, la douz.	5.70
Supérbe (étiquette rouge) paquets de 3 lbs, la douz.	3.85
Supérbe (étiquette rouge) paquets de 6 lbs, la douz.	5.60
Crépes (étiquette rouge) paquets de 1 1/2 lbs, la douz.	1.50

PRODUITS PURITAS

Poudre à pâte.

Caisse de 4 dz. de 2 onces, la dz.	0.90
— 4 — 4 —	1.35

— 4 — 6 —	1.80
— 4 — 8 —	2.25
— 2 — 12 —	3.05
— 4 — 12 —	2.95
— 2 — 16 —	3.80
— 4 — 16 —	3.75
— 1 — 2 1/2 lbs, la dz.	9.25
— 1/2 — 5 lbs, la dz.	16.50

Casse assortie { 2 dz. 4 onces
1 dz. 12 onces
1 dz. 16 onces } la cas 9.40

Emballage en boîtes de fer-blanc.

Escompte spécial de 5% sur toute commande de 3 caisses ou plus de

Poudre à Pâte Puritas.
moyen 4.55 4.75

GEELE DE TABLE (Dix-essences)

Caisse contenant 1 gr. ou 12 cartons d'une douz. chacun.
La douzaine 1.35
La grosse 16.29

GELATINE CRYSTAL (Non aromatisée)

Casse contenant 2 cartons d'une douzaine chacun. . . . la dz. \$1.90

SODA A PATE 100% pur.

Casse de 6 dz. de 10 on., la casse \$3.25

PROMPT TAPIOCA

Caisse de 4 douzaines, la douz. \$1.50

LUSTRINE (Poudre de Savon)

Caisse de 100 paquets de 8 onces	\$6.30
— 48 — 16 —	6.30
— 24 — 3 lbs.	7.55
Demi-caisse 12 — 3 lbs.	3.85

NETTOYEUR PURITAS

Caisse de 4 douzaines \$3.95

EMPOIS ORIENTAL (en boîtes, cartons)

Caisse de 4 douz. \$6.00

POUDRE A PATE "COOK'S FAVORITE"

Boîte carrée, 1 lb. (3 douz. par caisse)	3.45
Boîte ronde, 1 lb. (3 douz. par caisse)	3.35
Boîte ronde, 1/2 lb. (6 douz. par caisse)	2.90
Boîte ronde, 1/4 lb. (4 douz. par caisse)	1.35

Escompte spécial par lot de 20 caisses

LES POIS ET LES FEVES

Pois—

Blanc, le minot	4.50
Bleus, le minot	3.60
Cassés, récolte nouvelle 98 lbs	6.00

Pour bouillir, le boisseau. . . 3.50

Japonais, verts, la lb 0.06

Fèves—
Fèves canadiennes, triées à la main, le minot 3.50
Japonaises, le minot 3.25
Lima japonaises, la lb., suivant la qualité 0.10
Lima, Californie, la lb 0.12

MARCHE TRANQUILLE POUR LES NOIX

Noix et amandes — Le marché des noix est tranquille. On peut cependant noter une légère diminution des peanuts rôties Jumbo.

Nous cotons:

Amandes Tarragone, lb.	0.23
Amandes Tarragone, lb.	0.23
Amandes (scalées)	0.45 0.53
Amandes (Jordan)	0.70
Chataignes (canadiennes)	0.27
Avelines (Sicile), la lb.	0.15 0.16
Noix Hickory grosses et petites)	0.10 0.15
Pecans (New Jumbo) la lb.	0.35

Peanuts (rôties)—

Jumbo	0.17
Salées espagnoles, la lb.	0.29 0.30
Ecalées No 1, Espagnoles.	0.24 0.25
Ecalées No 1.	0.16 0.16
Ecalées No 2.	0.14

Peanuts (salées)—

Fancy entières, la lb.	0.38
Fancy cassées, la lb.	0.33
Pecans (nouvelles Jumbo) la lb.	0.32 0.35
Pecans, grosses, No 2, petite	0.30 0.35
Pecans, Nouvelle-Orléans, No 2.	0.21 0.24
Pecans, "Paper shell", très grosses Jumbo.	0.75
Pecans, scalées.	1.60 1.70
Noix (Grenoble)	0.26
Noix (Nouvelles de Naples)	0.28
Noix (scalées)	0.60 0.60
Noix (Chili)	0.35
Noix du Brésil, (nouvelles)	0.40

PEAUX VERTES ET LAINES

Peaux de cheval, la pièce	3.00 3.50
Peaux de mouton, la pièce	0.25 0.50
Peaux de boeuf ou vache, la lb	0.07
Peaux de veau de lait, la lb	0.12
Peaux de taureau, la lb.	0.05
Peaux de veau de son, la lb.	0.08
Laine lavée, la lb	0.18 0.25
Laine non lavée	0.15

PARAFFINE

Cotations fournies par la compagnie

IMPERIAL OIL LIMITED en date du 8 février 1921.

118-20 M.P. cire paraffine, lb.	\$11.30
123-25 M.P. cire paraffine, lb.	11.80
128-30 M.P. cire paraffine, lb.	13.30
133-36 M.P. cire paraffine, lb.	15.06

Calculez vos profits sur le Macdonald

PRENEZ la moyenne de votre marge de profit — environ 20 pour cent, multipliez-la par le nombre de fois que votre stock de Macdonald se renouvelle dans l'année et vous avez votre profit brut annuel sur votre mise de fonds originale — environ deux à trois cents pour cent.

Calculez maintenant le bénéfice supplémentaire que vous faites sur les 4 à 6 palettes extra dans chaque boîte de 10 livres — et rappelez-vous que la demande de Macdonald est constamment en augmentation.

Cela vaut-il la peine de pousser le Macdonald dans votre magasin ?

Le Tabac avec un cœur

MACDONALD'S

LA CONSTRUCTION

CAP DE LA MADELEINE

4 résidences. Propriétaire: Conseil Municipal. Architecte: Jules Caron, 21 rue St-Joseph, Trois-Rivières. Soumissions reçues par des commissaires jusqu'au 15 février.

Agrandissement de magasin et résidence \$5,000, rues Notre-Dame et Pont St-Maurice. Propriétaire et constructeur: A. Grégoire.

DORVAL

Résidence d'été \$5,000. Propriétaire et constructeur, F. D. M. Aquin, 393 rue de la Montagne, Montréal. Travaux doivent commencer au début du printemps. Le propriétaire demandera prix pour tous matériaux et sous-contrats au début de mars.

FABRE

Réparations à l'église. Propriétaire: Congrégation de la paroisse. Prêtre de la paroisse: Rév. G. Spenard. Le projet ci-dessus sera mis à exécution sous peu.

GRANBY

Aménagement du bureau de poste. Propriétaire: Ministre des Travaux Publics du Gouvernement Fédéral. Secrétaire: R. C. Desroches, Ottawa. Soumissions reçues par le secrétaire jusqu'au 21 février à midi pour la fourniture et l'installation de la tuyauterie du bureau de poste. Plans et spécifications chez l'architecte en chef du Ministère des Travaux Publics à Ottawa. Un chèque accepté égal à 10% de la soumission doit accompagner chaque soumission.

HULL

Bâtiment d'entrepôt de meubles \$50,000. Propriétaire: M. Larose. Le propriétaire compte rebâtir sous peu.

LACHINE

Magasin et résidence \$25,000, rue Notre-Dame. Propriétaire et constructeur: J. Théorêt, 46, 14ème avenue. Architectes: Cardinal & Beauchamp, 26 rue St-Jacques, Montréal. Plâtrage: E. St-Amour, 53A, 13ème avenue, Lachine. Contrats non encore accordés pour peinture et tuiles.

LENNOXVILLE

Etable et grange à foin détruites par un incendie. Propriétaire: E. S. Andrews, Chemin Johnville. Pertes: \$7,000.

LORETTE

Usine détruite par un incendie. Propriétaire: Armand Bastien. Va probablement reconstruire au printemps. Pertes: \$12,000.

MONTREAL

Garage, 229 rue Delaroché. Propriétaire et constructeur: A. Parcut, 233 rue Delaroché. Travaux à faire à la journée. Achat des matériaux suivant les besoins.

Réparations à résidence et magasin \$1,000, 8-10 rue Beaubien. Propriétaire et constructeur: L. Aubuchon, 2867 Boulevard St-Laurent. Tous travaux à faire à la journée par le propriétaire. Pas de matériaux requis.

Transformation d'un magasin en succursale de Banque, coin de l'avenue Mont-Royal et du Boulevard St-Laurent. Propriétaire: Banque Royale du Canada. Surintendant des propriétés de la Banque: L. P. Snyder. Entrepreneurs généraux: Purdy & Hen-

derson, 10 rue Cathcart. Tous travaux à faire à la journée.

Résidence, Montréal-Nord. Propriétaire: H. Foucreau, 72 Boulevard St-Laurent. Le propriétaire a acheté plusieurs terrains et compte ériger une résidence cette année.

15 flats, Park Avenue Extension. Propriétaire: E. W. Griffiths, 794 rue Durocher. Architecte à nommer.

Atelier de marbrerie, Boulevard St-Laurent. Propriétaires et constructeurs: T. Roohon & Fils, 1571 Boulevard St-Laurent. Les propriétaires ont acheté la machinerie qui sera livrée vers le 1er mai et ont l'intention d'ériger un atelier dont les travaux seront faits à la journée.

Réparations à atelier de forgeron, \$1,500, 2414 rue Chateaubriand. Propriétaire et constructeur: F. Mahen, 1553 rue St-Zotique. Tous travaux à faire à la journée. Matériaux achetés suivant les besoins.

Réparations à entrepôt \$70,000 rue St-Paul Ouest. Propriétaire: Séminaire de St-Sulpice, 66 rue Notre-Dame ouest. Architecte: J. Crighton, 851 avenue Oxenden. Entrepreneur général: Church Ross Co., Ltd., 10 rue Cathcart. Toiture et portes de secours: Metal Shingle & Siding Co. Ltd, 91½ avenue Delorimier. Escaliers de sauvetage: John Watson & Sons, 167 rue Wellington. Balance des travaux à faire à la journée. Pas de matériaux requis.

Transformation d'un magasin (Tabac) coin des rues Craig et St-Pierre. Propriétaire: Service Tobacco Shops Ltd, New York. Gérant local: M. Barnett, 177 rue St-Jacques. Entrepreneur généraux: D. Sheffer & Sons, 348 rue St-Urbain. Acier: Dominion Bridge Co., Avenue Dominion, Lachine. Electricité: J. A. Anderson & Co., 205 rue Mansfield. Chauffage: J. Becker, 1439 rue St-Dominique. Vitrerie: J. P. O'Shea & Co., 15 ruelle Perrault. Charpente, plâtrage et peinture par les entrepreneurs généraux. Contrat à accorder pour le plafond métallique. Pas de matériaux requis.

Transformation d'un bâtiment en école \$160,000, quartier Ville-Emard. Propriétaire: Commission des Ecoles Catholiques, 87 rue Ste-Catherine Ouest. Architecte: Chas. David, 78 rue Crescent. Entrepreneurs généraux: Archambault & Leclair, 71A rue St-Jacques. Acier renforcé: Trussed Concrete Steel Co., 511-rue Ste-Catherine Ouest. Portes et châssis: M. Limoges, Terrebonne. Contrats à accorder pour toiture, électricité, plomberie, chauffage, plâtrage et peinture.

Garage, 148 rue Demontigny. Propriétaire: J. H. A. Lauzon, 162A rue Marquette. Le propriétaire a demandé un permis pour l'érection d'un garage et d'un atelier de réparations d'autos sur la rue Demontigny. Si la permission est accordée, les travaux commenceront immédiatement.

Ecole à l'étude \$140,000, Parc Crystal. Propriétaire: Commission des Ecoles catholiques. Secrétaire trésorier: Notaire A. Lafontaine.

Entrepôt, rue Duke. Propriétaire: R. W. Bertram, 137 rue McGill. Architecte: Frank Peden, 65 avenue du Collège McGill. Entrepreneurs généraux:

OUTREMONT

Résidence (3 flats) \$15,000 avenue

Outremont. Propriétaire: J. Limoges, 580D Rue Rivard. Architecte et entrepreneur général: T. Valliquette, 993 avenue Verdun, Verdun. Travaux doivent commencer à fin mars.

Résidence semi-détachée \$10,000 avenue Wilder. Propriétaire: A. J. Halcro, 19 avenue Ballantyne, N.D.G. Entrepreneur général: A. Payne, 17 avenue Westminster. Plâtrage: O. Aubertin & Cie, 24 avenue Gordon, Montréal. Balance des travaux à faire à la journée. Pas de matériaux requis.

QUEBEC

Monument National & Gymnase \$300,000, Place Jacques-Cartier. Propriétaire: Société St-Jean-Baptiste. Président: J. E. A. Pin, 270 rue Queen.

Résidence de Mme Ph. Ferland, 10e rue, Limoilou, récemment détruite par le feu. Aucune décision au sujet de la reconstruction.

SHERBROOKE

Etable à bestiaux. Le propriétaire, Wm. Brault, 16, 1ère avenue S. veut construire une étable avec charpente en acier, murs et toiture en fer galvanisé ondulé de 36 x 80.

Fabrique de crème à la glace et de chocolat \$30,000, rue Wellington S. Propriétaire: Goupil Lée, 9 rue Alexandre. Architecte: L. N. Audet, 74 rue King O. Entrepreneur général: J. R. Royer, 118 rue Murray. Travaux seront repris au printemps.

Hôpital \$600,000. Propriétaire: Hospice du Sacré Coeur, 204 rue du Belvédère. Surveillant: Alfred Dion, 71 rue Brookes. Les travaux seront repris au printemps.

Résidence \$50,000, Parc Howardene. Propriétaire: B. C. Howard, Edifice Sun Life. Architecte: L. N. Audet, Edifice Racine. Travaux à faire à la journée par le propriétaire. Pas de matériaux achetés. Le propriétaire reprendra les travaux au printemps.

ST-ALPHONSE D'YOUVILLE

Plans préparés pour une chapelle \$30,000. Propriétaire: Congrégation de la paroisse. Curé: Rév. A. Fiset. Architecte: Chas. Reeves, 83 rue Craig Ouest, Montréal. Soumissions seront demandées sous peu.

ST. ANDREWS EAST

Plans préparés pour résidence \$7,000. Propriétaire: H. Walsh. Architecte, Thos. McLaren, 264 Côte du Beaver Hall, Montréal. Le propriétaire peut décider de demander des soumissions sur place.

STE-ANNE DE LA POCATIERE

Plans préparés pour le collège \$800,000. Propriétaire: Collège de Ste-Anne de la Pocatière. Supérieur: Rév. Salluste Boulet. Architecte: Pierre Lévesque, 115 rue St-Jean, Québec. La démolition des vieilles ruines commencera vers le 1er mars. Le contrat sera probablement accordé sur une base du coût plus un pourcentage.

ST-FELICITE

Succursale de la Banque Nationale détruite par un incendie. Le propriétaire se propose de reconstruire. Architecte non encore choisi.

ST-FIDELE

Résidence \$2,000. Propriétaire et constructeur: Louis Desbiens, Construction lambrissée et beaver board, fondation en ciment.

Résidence \$2,000. Travaux commenceront au printemps. Propriétaire et constructeur: Jas. Lapointe, St-Fidèle.

Toitures, Ciments,
Peintures Industrielles,
etc.,
Barrett

Publicité qui atteint VOS clients

Cette année la publicité des fameux produits Barrett va couvrir le Canada comme une couverture.

35,000,000 d'annonces. Pensez-y!

Et elles vont atteindre les consommateurs de toutes les classes, dans tout le Dominion :

- 6,500,000 annonces dans les principaux journaux agricoles allant aux fermiers du Canada central et occidental (12 numéros, circulation de 545,000 à chaque numéro).
- 5,750,000 annonces dans les hebdomadaires allant dans les fermes et les petites villes de la province de Québec et des Provinces Maritimes (28 numéros, circulation de 206,000 pour chaque numéro).
- 23,500,000 annonces dans les quotidiens de Montréal desservant la cité de Montréal et le territoire environnant. (Deux fois par semaine, circulation de 251,000 pour chaque numéro).
- 250,000 annonces dans les principaux magazines techniques atteignant les chemins de fer, les manufacturiers, les entrepreneurs et autres gros consommateurs. (12 numéros, circulation de 20,500 à chaque numéro).

Ces annonces seront d'un aspect attrayant et remplies de solides arguments de vente. Elles diront pourquoi les Produits Barrett sont supérieurs à tout autre — pourquoi ils donnent infailliblement satisfaction et épargnent de l'argent à celui qui les emploie.

Elles rapporteront un gros volume de nouvelles affaires à tout marchand qui est en mesure de répondre à la demande.

Voici une opportunité que vous ne pouvez vous permettre de manquer. Si vous n'avez pas encore reçu un exemplaire de notre dernière liste de prix, écrivez-nous aujourd'hui pour nous le demander.

Les produits bien connus de Barrett qui seront signalés dans notre grande campagne de publicité au consommateur, comprennent:

La peinture élastique au carbone Everjet
La Couverture caoutchoutée Everlastic
Le Ciment liquide à couverture Everlastic

Le Ciment plastique à rapiécer Elastigum
Le liquide Elastigum
La Creonoid (Huile à mouches)

WINNIPEG, VANCOUVER,
HALIFAX, N. E. The

Barrett

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

HERCULES

La ligne la plus complète et la plus efficace de bougies d'allumage qui soit fabriquée en Amérique.

AVIS

Les fabricants de la ligne Hercules de bougies d'allumage vont avoir un représentant direct de leur fabrique dans la province de Québec pendant l'année en cours dans le but d'introduire leurs lignes de marchandises et aussi dans le but d'aider les distributeurs.

Une forte campagne de publicité sera poursuivie dans "Le Prix Courant" avec prospectus et articles d'étalage pour le détaillant, rédigés en langue française.

La ligne Hercules

est une des plus connues et des plus employées parmi les lignes de bougies d'allumage fabriquées aux Etats-Unis. Elle est de la plus haute qualité possible et a de nombreuses particularités qui la rendent particulièrement convenable à un dur service. Elle offre des modèles spéciaux pour autos à passagers, tracteurs, camions, motocyclettes, aéroplanes et pour moteurs fixes ou de marine.

Des particularités comme des isolateurs durs comme pierre, des électrodes d'un alliage solide, et un assemblage flexible neutralisant l'effort de l'expansion ou de la contraction due aux changements de température sont au nombre de ses multiples avantages.

La Bougie Hercules

Des circulaires et autres articles publicitaires seront fournis en français et la correspondance peut être faite en français. Une attention spéciale est apportée à l'assortiment de publicité d'étalage destinée au détaillant, cet étalage étant fourni sans frais. Ecrivez-nous pour avoir détails et renseignements complets — en français si vous le préférez.

ECLIPSE MANUFACTURING COMPANY

INDIANAPOLIS, E. U. A.

Renseignements de Québec

BUREAU D'ENREGISTREMENT DE QUEBEC

Vente—Hec. Duchesneau esqté vs R. Nap. Mercier, $\frac{1}{2}$ ind. 2049, 2050 St-Pierre.

Vente—Alex. Chateauvert à Alex. Lauric, 4385, 4386 Montcalm.

Jugement—Ad. Champoux vs J. P. E. Gagnon.

Quittance—W. J. Hackett et al à Lyons Silverman, 2025 St-Pierre.

Bail et don.—Dme Alp. M. Déchène à Dlle F. M. Déchène.

Obligation—Eud. Caron à Ths Caron, 1956 St-Pierre, 431-6-15-23 5-22 5-21-5-19 St-Roch Nord.

Vente—P. Eug. Fournier à H. Jas & Recr. & ux p. 4189 Montcalm.

Testament—Arthur Poitras.

Déclaration—Dme Vve Art. Poitras Bertrand, 3755- $\frac{1}{2}$ E. 56 3433 St-Jean, 4381 54-B-C-F 4368-76 Montcalm.

Quittance—P. du Revenu à Succ. Art. Poitras.

Quittance—J. Edm. Dubé à P. Tardif.

Hyp. d'hyp.—La Corp. Immob. à Rev. Chanoine Laflamme, 3037-3098-A-1 & B-1-2 & B-2 3039-1-2 Palais.

Mariage—W. John Gaugh à Dlle M. J. C. Pelletier.

Obligation—J. Art. Lavoie à J. Eug. Rochette 147-9 Notre-Dame de Québec.

Obligation—J. R. Guay à J. L. M. Genest 101-A.

Obligation—Elzéar Fleury à Just. A. Tremblay, 1498 St-Sauveur.

Mariage—Frs R. Q. Joly à Dlle M. H. Leclerc.

Vente—C. E. D'Auteuil à Z. Gauvin $\frac{1}{2}$ N. E. 3778 $\frac{1}{2}$ S.O. 3777, 3779 p. 3776 Montcalm.

Quittance droits—P. du Rev. à Succ. Vict. Savard $\frac{1}{8}$ ind. 2245 & 1527 St-Sauveur, $\frac{1}{2}$ ind. 53 Anc. Lorette, $\frac{1}{2}$ ind. 2245, 1527 St-Sauveur, $\frac{1}{2}$ ind. 53 Anc. Lorette, $\frac{1}{2}$ P.S. 575 St-Ambroise.

Quittance rachetée—Alf. A. Roy vs Bern. Salmonovietz.

Quittance—Succ. Ferd. Turgeon à Rich. Jass Black.

Quittance—Major Alb. S. Sift à Arch. W. Hay.

Quittance—P. Neilson Verge et al.

Bail—Gus. Ouimet à l'hon. J. Ed. Caron, 4261 Montcalm.

Vente—Ls A. Bélanger à Edm. Gaumont, 344 St-Roch.

Obligation—Edm. Savard à T. H. Mahony, 508-397 St-Roch N.

Jugement—Jos Bureau & J. P. E. Gagnon.

Jugement—Dme Papillon Miller, Le Mod. Enrg. à J. P. E. Gagnon.

Mariage—Eug. Dion à Dlle Bl. Chalifour.

Quittance—Dme Jos Noël à J.-Bte Michaud.

Vente—Em. Plante à Jean Savard, 1956 St-Sauveur.

Vente—Ed. Picher à Art. Huot, 4239 Montcalm.

Vente—Jean Savard à Em. Plante $\frac{1}{2}$ N.E. 793 St-Sauveur.

Vente—Em. Plante à J.-B. Gagnon, $\frac{1}{2}$ N.E. 793 St-Sauveur.

Obligation—J. B. Gagnon à Ls Drouin $\frac{1}{2}$ N.E. 793 St-Sauveur.

Vente—Ad. Faucher à Jos. Laur. Bouliane, 1858 St-Sauveur.

Obligation—J. Laur. Bouliane à Jos Roy, 1858 St-Sauveur.

Quittance—Alp. Alain à Ad. Faucher.

Vente—Dlle Susan Dundon et al à Daniel M. Courtney, 4053 Montcalm.

Obligation—J. Aug. Juneau à Dme Ed. Paré, 3840 Montcalm.

Quittance droits—Le P. du Rev. à Succ. Dme Guillaume Duchesneau, 2049, 2050 St-Pierre.

Mariage—Dlle Marie Madel Doré à Joseph Brie.

Déclaration—Le Prêt Hyp. à Succ. J. J. Dunlop, 4293 p. 4294 Montcalm.

Déclaration—Dlle J. Constance Dunlop et al, $\frac{1}{2}$ ind. 4284 Montcalm.

Transport—Dme Vve Wm. Kenney et al à Nic. L. Flanung, p. 228 et 229 St-Dunstan.

Procès verbal—Dunlop & McHugh, 4284 Montcalm.

Quittance—Wil. Corcoran à Succ. J. J. Dunlop.

Vente—Ls D. Francoeur à Raoul Bourgeois, rg. 5 p. S. 31 Lamotte.

Vente—Zéph. Maranda à Is Parent, 2088 St-Sauveur.

Vente—Dme J. P. Dubeau à Alb. Audy, 944 St-Sauveur.

Vente—Dme Elz. Savard à O. Barbeau, 575 St-Sauveur.

Vente—Alph. Renaud à John Ennéis, p. 1524 St-Sauveur.

Vente—J. B. Verret à Ad. Gagnon, 1198 St-Sauveur.

Vente—Alb. Marois à Jos. Langlois $\frac{1}{2}$ N.E. 534 St-Sauveur.

Quittance—Dlle Hél. Pichette à J. B. Verret.

Quittance—J. B. Verret à Aug. Doré.

Quittance—Chs Savard à Dme Elz. Savard.

Vente—Ad. Labrecque esqté à Dme S. Eug. Amyot, 147, 17, 18 à 23 incl., Notre-Dame de Québec.

Quittance de rachat—Succ. J. G. Bossé à Alph. Garant, p. 1834 J.-Cartier.

Quittance—Succ. J. G. Bossé à Dme Art. Laurent, 1834-1-2 Jacques-Cartier.

Vente—Ed. Poitras à Jos McLean, $\frac{1}{2}$ S.O. 3432 St-Jean.

Quittance—Soc. Prêts et Placements à J. I. Beaubien.

Vente—Elz. Simon jr à Tél. Morency, 304 p. St-Roch.

Vente—Mag. Cauchon à J. Ant. Leclerc, 146-40-4 146-42 146-40-2 Notre-Dame de Québec, 3758-39A 10-2 Montcalm.

Mariage—P. du Rev. à Succ. A. C. P. Landry, 7 N.-D. de Québec $\frac{1}{2}$ ind. 1 2 3 p. 4 St-Roch Nord.

Subrogation—Manhoe Frigon et al à Commission Etablissement des Soldats T.C.

Obligation—Jos Biron à Sa Majesté rg 9-53 Courville.

Vente—Héritiers de J. J. Dunlop à P. Destroismaison, 4293 & p. 4284.

Vente—D. Wolashen à Jacob Assh et al 1516 Jacques-Cartier.

Testament—Jos Legendre.

Déclaration—Dme Vve Jos Legendre-Laberge 2301-80 St-Sauveur, 48A 34 & 35 N.-D. Québec $\frac{1}{2}$ ind. 3079 St-Jean.

Quittance—Elz. Plante à Hec. Gosselin.

Vente—Dme Vve Em. Richard à J. A. Guillot 265 St-Roch.

Quittance—Gouv. Prov. de Québec à Em. Richard, 265 St-Roch.

Jugement—Dme Maria Lavoie vs Jos Côté.

Avis—W. Edge, avocat, 3761B, 13, 14B.

Quittance—Jos Blais à Alph. Barry.

Quittance—Jos Blais à Eug. Lamontagne.

Testament—Dme Elizabeth Janelt à Flening.

Déclaration—Mary-Ann Flening, 173 Sillery.

Quittance—P. du Rev. à Succ. Dme David Flening, 173 Sillery.

Vente—Mary-Ann Flening à Dme Emile Cartier, 173 Sillery.

Vente—J. V. Alph. Barry à Jér. Pouliot 3765 St-Sauveur.

Vente—Félix Maranda à Alb. Gagnon, 987 St-Sauveur.

Obligation—Frs Gagnon à Alb. Gagnon, 987 St-Sauveur.

Obligation—Daniel M. Courtney à Dlle Susan Matthews, 4058 Montcalm.

Vente—Pierre Poirier et al à Dme John C. Palter, 200 Ste-Foy.

Obligation—Alf. Robitaille à Dlle Alma Curodeau, 3271 S. Jacques-Cartier.

Obligation—Donat Martel à Jos. Thomassin p. 4 Beauport.

Main-levée d'hyp.—La Banque Nationale à Mag. Cauchon.

Mariage—C. E. Aley à Dlle Germaine Desjardins.

Bail—Elie Jobin à Jos. Ed. Morin, 1019 Jacques-Cartier.

Jugement—Philomène Dufour vs Alf. Alias Fréd. Wood.

Déclaration—G. A. Vandry à Régistrateur p. 12 Ste-Foy.

JUGEMENTS

Turn Sing vs Cour du Recorder, Québec, Procureur Général mis-en-cause, requête rejetée avec dépens.

Bérubé vs Naud, jugement suivant les conclusions de l'action.

Morisson vs Pouliot, Poulin oppo., opposition renvoyée avec dépens.

Carrier vs Morency, action renvoyée avec dépens.

Barry et al vs Tanguay, défendeur condamné à payer \$1,174.52 avec intérêts et dépens.

Short vs Thomson, jugement selon le consentement donné.

Julien & Cie vs Lafortune et al, action renvoyée avec frais.

Demers vs Corp. St-Antoine, action renvoyée avec frais.

JUGEMENTS—COUR DE REVISION

Hons. Juges Lemieux, Belleau, Gibsons.

Tremblay vs La Corp. de la ville Baie St-Paul, jugement infirmé, juge Lemieux dissident.

o

ENREGISTRES AU BUREAU DU PROTONOTAIRE DE QUEBEC

Déclarations de sociétés.

C. Maranda & Cie, charretiers, Lévis—Zélia Bisson, Charles Maranda.

Dme F. X. Rousseau, épiciers, Limoilou, Québec—Dme F. X. Rousseau.

The Central Printinz Co. Reg'd, L'Imprimerie Centrale Enrg., Québec—Henry Quart.
 The Globe Agencies, agents généraux, Québec—St-Georges Lemoine, Donat Geoffrion.
 La Cie de Lampes Décoratives, marchands et manufacturiers, St-David—William R. Boisvert.
 Eastern Agencies Co. Reg'd, agents, Québec—J. A. Girard, J. O. Turcotte.
 Breen, Gourdeau & Charlebois, courtiers, Québec—J. Breen, Gaston Gourdeau, Jean Charlebois.
 La Chaîne des journaux du Dimanche Enrg., imprimeurs, relieurs, etc., Lévis, Alexandre Huot.
 The Economie Food Products and Chemical Co., manufacture de produits alimentaires, Québec—Herménégilde Paré.
 Quebec Piano Moving, transports de pianos et déménagements, Québec—Joseph Piano.
 St. Lawrence Lumber Industrial Co. Québec—Norman Brown, secrétaire.
 N. Lamontagne & fils Enrg., négociants, Lévis—Lydia Bégin.
 La Cie Statuaire de Québec, Quebec Statuary Co., Statuaire, Québec.—ietro Farago, Lurgi Bastioni, Emilio Ferrara.

Dissolutions de sociétés.

Picard & Petit Enrg., Québec—Adélaré Bédard.
 L. Picard Enrg Co. Québec—Adélaré Bédard.
 N. Lamontagne & Fils Enrg., épiciers, Lévis—Lydia Bégin.
 Farago & Ferrara Enrg., statuaire, Québec—Pietro Farago, Lurgi Bastioni, Emilio Ferrara.
 Le Reflet de Paris—Mde L. Lefebvre, Rose de Lima Fortin.

Ventes par les Shérifs de la Province

Charles E. Logue et al vs Dame Marie-Jeanne Bélanger et al. Vente au bureau d'enregistrement dans la cite de Hull le 8 mars 1921 à 2 heures de l'après-midi.

MONTREAL

La Corporation du Village de St-Vincent de Paul vs Dame Vve Emma Guimond. Vente à la porte de l'église paroissiale de St-Vincent de Paul le 10 mars 1921 à 11 heures du matin.

La Cité de Lachine vs Joseph Adélaré Descarries et al. Vente au bureau du Shérif de Montréal, le 11 mars 1921 à 10 heures du matin.

Eudore Riendeau vs Georges Monteux. Vente à la porte de l'église paroissiale de la paroisse de Boucherville le 10 mars 1921 à 11 heures du matin.

Elie Lemire vs J. Wilfrid Michaud. Vente au bureau du Shérif de Montréal le 10 mars 1921 à 2 heures de l'après-midi.

La Banque de Montréal vs Joséphine Roy et al. Vente au bureau du Shérif de Montréal le 10 mars 1921 à 10 heures du matin.

Adolphe Pierre Ritchot & al vs Narcisse Ménard. Vente au bureau du Shérif de Montréal le 17 février 1921 à 10 heures du matin.

QUEBEC

La Banque Nationale vs Hildevert Groleau. Vente au bureau du Shérif de Québec le 11 mars 1921 à 10 heures du matin.

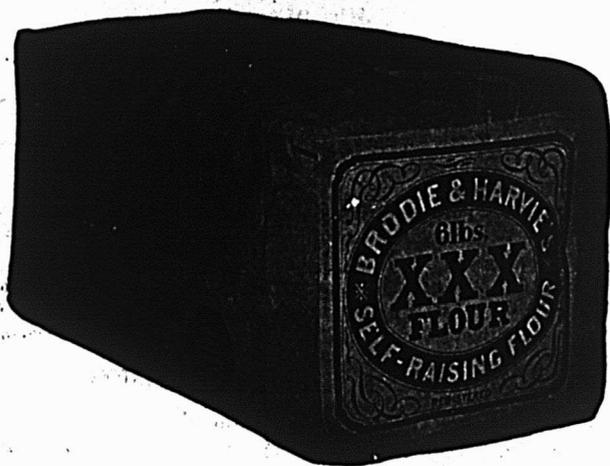
La Cité de Québec vs Delle Sabina Detmers. Vente au bureau du Shérif de Québec de Québec, le 11 mars 1921 à 10 heures du matin.

RIMOUSKI

Joseph Girard vs Simon Gaudreault. Vente à la porte de l'église de Causapsca le 23 février 1921 à 10 heures du matin.

LE CAREME EST COMMENCE

LE COMMERCE SE STABILISE



La demande pour

La Farine préparée de BRODIE XXX

se fait de plus en plus grande et il se pourrait que nous ayons avant longtemps de la difficulté à exécuter promptement vos ordres. N'hésitez donc pas à les confier sans délai à notre voyageur.

N'oubliez pas que durant le carême, il se consomme plus de farine préparée qu'à tout autre époque de l'année. Voyez à ce que votre stock soit bien approvisionné à l'avance pour ne pas en manquer la vente.

BRODIE & HARVIE LIMITED

14 RUE BLEURY - - MONTREAL

Agents de vente:—

J. B. RENAUD & Cie Inc., Québec.
 CHADWICK & Co., 34 Duke St., Toronto.

Tél. Est 6586W

RAOUL LEGER

TAILLEUR POUR DAMES

Je viens solliciter votre visite avant de faire vos achats

Au No 416 DeLorimier, - MONTREAL.

Tél. Main 1562

WM. DANGERFIELD REG'D

FABRICANT DE CHAUSSURES ELEGANTES

Maison fondée en 1837

15 Rue Notre-Dame Ouest, - MONTREAL.Téléphone: Epicerie Rockland 2896
Boucherie Rockland 2897**H. PAYETTE**

BOUCHER et EPICIER

200-202 Rue Van Horne, - MONTREAL.

Coin de l'AVENUE DU PARC.

Renseignements de SherbrookeENREGISTREMENTS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT
DE LA DIVISION DE SHERBROOKE,

Pendant la semaine finissant le 5 février 1921.

J. F. Tuck à L. T. Batchelder, lot 872, part lots 873 et 867 quartier Nord. Prix \$1,00, payé.

Lactance Fontaine à O. A. Bégin, lot 147 Orford. Prix \$2,300, payés.

Jh. Bourggault à David Demers, part lot 8, quartier Est. Prix \$2,500, payés.

Dame Uldéric Brien à O. A. Bégin, droits à part lot 8 quartier Est. Prix \$500, payés.

Achille Roulin à J. N. Aubé, lot 16a, rang 3 Compton. Prix \$3,600; \$1,100, payés.

Dlle L. A. Woodward et al à The Imperial Order Daughters of the Empire, part lot 8 quartier Est. Prix \$8,000; \$3,000 payés.

Ludger Forest à Joseph Blitt, lot 1278, et lot vacant quartier Sud. Prix \$13,000; \$5,500 payés.

HYPOTHEQUES

O. A. Bégin à Hector Pouliot pour \$2,500, affectant lot 147 Orford.

Arthur Baillargeon à Gédéon Laliberté, pour \$5,000, affectant lots 544, 548 et 549 quartier Nord.

David Simoneau à Eusèbe Villeneuve, pour \$3,000, affectant part lot 759 quartier Est.

G. N. Provençal à Mlle El. Têtu et al, pour \$400, affectant lot 899-86 quartier Est.

Dame Edouard Chamberland à John Edwards pour \$300, affectant 1/2 N. Iots 1452-52 et 53 quartier Sud.

DECHARGES

John Farquhar à Alp. Martin de l'hypothèque du 1er mai 1919.

La Banque Nationale à Arthur Baillargeon de l'hypothèque du 6 novembre 1919.

Dame G. A. LeBaron à Dr J. E. Noel de l'hypothèque du 4 avril 1917.

**L'Epicier
qui offre****Instant Postum**

satisfait un besoin de sa clientèle qui est certain de lui rapporter un bon bénéfice continu.

Beaucoup d'anciens buveurs de café boivent maintenant du Postum par raison de santé, ou d'économie. Cette clientèle vaut la peine d'être créée.

Vente garantie, profit certain, demande croissante. Tenez-vous bien approvisionné en Postum.

"Il y a une raison"

Canadian Postum Cereal Co. Ltd., Windsor, Ont.

Miles Cartmell à William L. Parent de l'hypothèque du 14 février 1919.

TESTAMENTS ET ACTES DIVERS

Testament de feu M. et Mme Joseph Jasmin, avec transmission affectant \$1,500 dûs par Henry Trudeau, légués à Hector Jasmin et Dame Arcélia Jasmin. Reçu du Percepteur du Revenu Provincial déclarant qu'il n'y a pas de droits exigibles sur les successions de feu M. et Mme Joseph Jasmin.

Testament de Richard Pearson, avec transmission affectant moitié indivise de 515-1, 518-1, part 520 quartier Nord, lots indivis 1494-136 et 137 quartier Sud et \$3,052.50 dûs par A. J. Scanlan, légués à Dame Richard Pearson. Reçu du Percepteur du Revenu Provincial déclarant qu'il n'y a pas de droits exigibles sur la succession Richard Pearson.

Donation par Frank N. McCrea à James E. McCrea de part de lot 215, certains droits aux lots 222, 225, 226 et 221, 238 à 257 Lennoxville.

Bail conditionnel par Dame E. C. Gatién à Joseph H. Michaud des lots 922-1 et 2 quartier nord, pour 6 ans et 3 mois, pour \$11,020 pour le dit terme avec option d'achat.

Bail par Arthur Chevalier à J. A. Pigeon d'un magasin sur le lot 202 quartier Centre, pour un an, pour \$1,980 pour ledit terme.

Autorisation de vendre les droits de Dame Jane A. Woodward, interdite, à part du lot 8 quartier Est, pour une somme qui ne sera pas inférieure à \$4,000.

Contrat de mariage entre Georges Turcotte et Dame Aldéric Boucher (née Sévigny) stipulant séparation de biens.

Acte dépôt d'une résolution de la "Compagnie d'Automobiles Olivier Limitée".

Avis d'incorporation de Olivier Automobile Company Limited ou Compagnie d'Automobiles Olivier Limitée.

Agence Mercantile vs W. Roy, St-François de B., \$23.00.

T. E. Royer vs J. Lussier, Daquam, \$22.80.

W. Laroche vs J. Asselin, Windsor, \$64.18.

Z. Pesant vs C. Fournier, Sherbrooke, \$60.00.

G. Richer dit Laflèche vs J. Pépîne, St. George Windsor,

J. O. Ledoux et al vs J. Béchette, Sherbrooke, \$40.00.

J. E. Gagnon vs L. Gosselin, Magog, \$25.49.

H. C. Cabana vs J. Voyer, Sherbrooke, \$20.00.

M. Véronneau vs S. P. Massé, Thetford, \$45.00.

W. Comeau vs A. Gosselin, Bromptonville, \$2.50.

H. Fortier vs J. Cloutier, Sherbrooke, \$51.71.

J. A. Vidal vs Ed. Lacasse, Magog, \$54.80.

J. A. Vidal vs E. Doucet, Magog, \$51.00.

J. O. Ledoux vs S. Guyon, Valcourt, \$60.00.

BREFS EMIS EN COUR SUPERIEURE

H. W. Reynolds sv A. Fournier, Sherbrooke, \$100.80.

Cie C. O. Genest Fils vs P. Routhier et al, Stanstead, \$146.87.

A. J. Morin vs J. A. Grenier, East Angus, \$139.75.

G. Morris vs G. W. Wells et al, Ascot, \$134.25.

Cle Biscuit Nat, vs L. Couture, Ascot, \$234.78.

M. R. O'Connell vs R. Deschênes, Macamic, \$153.75.

A. B. Skinner vs Geo. Lavergne, Weedon, \$107.58.

L. O. C. Mignault vs Windsor Asbestos Co., Coleraine, \$221.00.

J. Addison vs L. D. Wallace et al, Waterloo, \$7500.00.

A. G. Campbell vs Corp. City of Sherbrooke, \$3500.00.

Cité Sherbrooke vs Sherbrooke Machinery Co., Sherbrooke, \$130.00.

E. T. Provision vs E. Drouin, Lambton, \$104.00.

E. T. Provision vs C. Genest, Thetford Mines, \$102.00.

E. T. Provision vs O. St-Hilaire, St-Jules, \$115.00.

J. Lavole vs G. T. Ry., Montréal, \$227.37.

F. J. Meade vs F. Bayleg, Sr., Campton, \$152.26.

D. S. Bachand vs P. H. Gosselin, Coaticook, \$201.30.

J. Kinkowsky et al vs H. A. Degagné, Sherbrooke, \$450.00.

A. A. Jacque vs O. Buiellet, Sherbrooke, \$151.48.

R. MacDuff vs J. R. Lecours, Sherbrooke, \$125.00.

W. Davignon vs F. W. Lord, Lennoxville, \$210.55.

A. Doyon vs Mine Central Ry., Portland, \$305.00.

A. Lamothe vs H. J. Weyland, Lennoxville, \$185.5.

Waweth Hardware vs A. G. Sangster, Sherbrooke, \$845.77.

London Lancashire vs L. Gingras, Marbleton, \$281.83.

L. M. Dionne vs S. Fortier, Sherbrooke, \$500.00.

S. Roy vs A. E. Desprès, Weedon, \$304.50.

O'Donnell et al vs Corp. du village de Winslow, \$103.20.

A. C. Demers vs C. S. B. Wheeler, Way's Mill, \$100.21.

G. Joyal vs O. Létourneau, Township of Halt, \$199.00.

A. Paquette vs N. Gendron, Sawaship Orfrick, \$141.00.

Th. Devost vs E. Dutil, Rock Island, \$145.25.

A. C. Demers vs A. Desmarais, East Angus, \$1000.00.

Lionel Forest vs J. Poulin, Stratford, \$107.20.

C. O. Genest vs T. Mailhot et al, Bromptonville, \$650.00.

Eug. Lamontagne vs Dame G. Hudon, Magog, \$500.00.

J. A. Ainsley vs Sherbrooke Ry. and Power Sher., \$616.51.

Dame Mabel Channell vs Geo. Channell, Stanstead, \$7065.99.

Ledoux Henninge vs C. J. Maquire, Sherbrooke, \$176.40.

Boen Bochette vs H. Cohen, Bromptonville, \$137.59.

D. S. Bachand vs Delle Gayon, oMtréal, \$245.31.

B. E. Tremblay vs O. A. Locke, Eaton, \$289.70.

J. Cromnwell vs O. A. Locke, Eaton, \$101.00.

H. H. Hunt vs O. A. Locke, Eaton, \$253.46.

The Cretlan Co. Ltd. vs E. F. Houle, Cookshire, \$128.10.

Codère et Fils vs E. Picard, St-Adrien de Ham, \$236.37.

Hurteau William vs W. E. Germain, Bromptonville, \$223.85.

H. Giard vs J. A. Grenier, East Angus, \$478.40.

Jos. Baboin vs E. Fontaine et al, Sherbrooke, \$414.75.

Renseignements de Sherbrooke

BREF EMIS EN COUR DE CIRCUIT

J. S. Broderick vs Alfred Hooper, Ascot, \$7.00.

J. S. Broderick vs David Plante, Orford, \$18.00.

Int. Harvester Co., vs H. J. Winslow, Eaton, \$87.00.

Denault, G. et P. Co., vs S. Fontaine, Bromptonville, \$16.28.

Denault Frère vs Can. Express Co., Montréal, \$28.00.

Dame J. P. Roer vs Louis Gervais, Sherbrooke, \$65.00.

J. M. Nault vs Herman Hague, Sherbrooke, \$9.00.

J. Nicholson vs Wulfg Kee, Sherbrooke, \$45.00.

Echenberg Bros. vs A. J. MacDonnall, Sherbrooke, \$18.00.

Echenberg Bros. vs H. W. Bean, Sherbrooke, \$27.50.

C. H. Millette vs W. E. Hertherington, Orford, \$60.20.

Liquid Carbollic vs A. E. Zakaib, Sherbrooke, \$87.75.

J. H. A. Genest vs La Corp. Du Canton d'Orford, \$18.00.

Barrett Bros. vs E. W. Steward, Sherbrooke, \$10.00.

Alex. Ames & Son vs A. O. Hudon, Warden, \$15.76.

Wm. Davis Co. vs P. Poulin, Sherbrooke, \$89.68.

Standard Photo Co. vs Léon Glosser, Sherbrooke, \$11.57.

Blus Bros. & Co. vs Wm. Doré, Sherbrooke, \$48.44.

Carnell Real Estate vs Dame A. Bourque et vir, Québec, \$50.

Echenberg Bros. vs A. Normandin, Lennoxville, \$19.00.

J. A. Moreau vs O. A. Delorme, Sherbrooke, \$70.00.

R. C. McFadden et al vs B. Champoux, Disraeli, \$94.00.

J. A. C. Ethier vs S. Poulin, Sherbrooke, \$25.00.

N. Pepper vs P. H. Lapointe, St-Camille, \$87.00.

Cle Placement vs M. Bisson, East Angus, \$35.00.

Echenberg Bros. vs J. Mathew, Sherbrooke, \$10.00.

Wier D'Almaine vs N. Bush, Richmond, \$10.70.

A. C. Demers vs B. B. Desautels, La Patrie, \$44.16.

A. C. Demers vs F. H. Lefevre, Eastman, \$37.11.

H. O. Camirand vs B. Couette, St-Hyacinthe, \$15.00.

Walter Gilbert vs F. W. Gilbert, Bishop Crossing, \$40.00.

J. O. Leroux et al vs Chs Desrochers, Cookshire, \$52.00.

J. O. Leroux et al vs Wm. Hesherington, Sherbrooke, \$50.00.

J. O. Leroux et al vs P. Donahue, Sherbrooke, \$53.00.

M. Weintein vs J. Nicholson, Sherbrooke, \$85.00.

H. Cohen vs J. Roberge, Sherbrooke, \$20.00.

Denault, G. et P. vs W. Choug, Sherbrooke, \$85.66.

J. G. Watson vs J. Wicklam, Sherbrooke, \$41.00.

Banque Nationale vs S. Fontaine, Bromptonville, \$25.50.

Codère et Fils vs A. Charest et al, Sherbrooke, \$60.59.

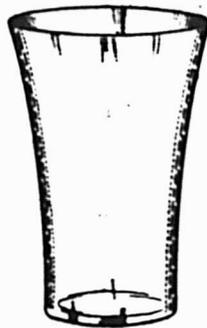
M. Hébert vs J. Daniel, Milvly, \$16.46.

Nouveaux Déposants sous la Loi Lacombe.

Déposant	Patron
Blanchard, Alfred.	The New York Art and Brady Co. Ltd
Adélarde Alarie.	Swift Canadian Co
Carragher, Hubert.	Hubert Randolph Carragher
Colling, H. R.,	Canadian Fairbanks Morse Co.
Galanes, L.,	Geo. Grivakus
Lvall, J. E.	Pugsley Dingman & Co. Ltd.
Lyon Giodi Lacombe	Canadian Steel Foundry Co.
Mayo, Frank,	William Dickson
Morris, Arthur,	Canadian Pacific Ry.
Payment, Emery,	John Ahan

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 l'Est du Canada.

M. HENRI DESROSIERS,

Boîte Postale 725 Téléphone Melrose 1626
MONTREAL.



Le meilleur Sel

Depuis des années les produits de la Compagnie "Canadian Salt" tiennent le premier rang.

La qualité et la pureté les caractérisent:

SEL DE TABLE WINDSOR
(pour l'usage général de la maison)

SEL DE TABLE REGAL
(coulant facilement—vendu en cartons.)

SEL DE LAITERIE WINDSOR

SEL A FROMAGE WINDSOR

L'usine la mieux aménagée du Dominion jointe à l'habilité scientifique du personnel, sont parvenues à rendre nos Sels fameux dans tout le Canada, pour l'usage domestique, sur la ferme ou à la laiterie.

FAITS EN CANADA

The Canadian Salt Co., Limited
WINDSOR, Ont.

(4)

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 1/2 lb.	...	0.65	"
No 30, " 1/6 lb.	...	0.75	"
No 35, " 1 lb. et 1/2 lb.	...	0.67	"
No 40, " 1 lb. et 1/2 lb.	...	0.75	"
No 40, " 1/7 lb.	...	0.90	"
No 40, " 1/12 lb.	...	1.00	"
No 50, " 1 lb. et 1/2 lb.	...	0.80	"
No 50, " 1/8 lb.	...	0.97	"
No 60, " 1 lb. et 1/2 lb.	...	0.85	"
No 60, " 1/9 lb.	...	1.05	"
No 80, " 1, 1/2 et 1/4 lb.	...	1.00	"
No 80, " 1/5, 1/10 lb.	...	1.15	"
No 100, " 1, 1/2 et 1/4 lb.	...	1.10	"
No 100, " 1/5, 1/11 lb.	...	1.20	"

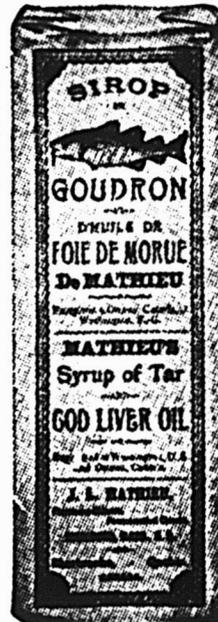
Moins 10% d'escompte.

NET 30 JOURS.

Marchandise f. o. b. ST-BONIFACE.

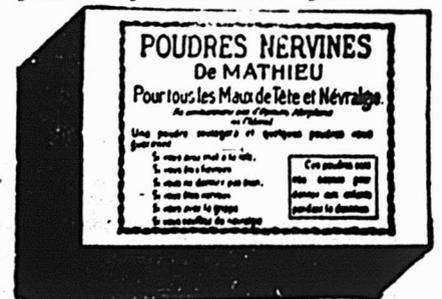
DEUX REMEDES RECOMMANDABLES QUI SONT DE VENTE PROFITABLE EN HIVER

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



Les Poudres Nervines de Mathieu.

Il y aura peu de vos clients cet hiver qui n'aient pas besoin à un certain moment d'un bon remède recommandable contre le rhume, et les épiciers qui répondront à cette demande avec le remède contre le rhume de Mathieu, d'une haute efficacité et d'une réputation nationale, trouveront les bénéfices exceptionnellement bons. Les poudres nervines de Mathieu sont populaires d'un océan à l'autre. Elles sont pures, efficaces et sûres. Tenez ces deux produits exposés en bonne place.



LA COMPAGNIE J. L. MATHIEU
PROPRIETAIRE
SHERBROOKE, P. Q.

Pourquoi les produits Eddy tiennent le premier rang.

Aucune publicité, quelque plausible qu'elle soit, n'aurait pu à elle seule faire acquérir aux allumettes Eddy la première place dans l'estime du public canadien acheteur d'allumettes.

Il a fallu la qualité tout aussi bien que la publicité pour obtenir ce résultat. Et c'est cette qualité, si évidente dans chaque boîte d'Eddy, que, jointe à une publicité constante au consommateur, maintient la popularité d'Eddy. Le public sait que le nom d'Eddy sur l'extérieur de la boîte est une garantie des allumettes qu'elle contient.

Joignez votre magasin à la réputation d'Eddy. Faites savoir à vos clients que vous vendez les allumettes d'Eddy et les articles en fibre durci d'Eddy — les ustensiles hygiéniques et durables qui ne bombent ni ne fuient jamais.

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

BISCUITS

NOUS sommes en position de fournir au commerce un superbe choix de biscuits appropriés pour toutes les occasions.

Nous fabriquons des BISCUITS depuis nombre d'années et nous nous sommes faits une réputation pour la fabrication de PRODUITS DE QUALITE.

Nous n'essayons pas de chercher si nous pouvons fabriquer nos produits à meilleur marché. Nous n'achetons que des ingrédients de première qualité et nous apportons le plus grand soin à notre fabrication, de sorte que nous sommes justifiés de dire que nos produits

DONNENT UNE SATISFACTION PLUS QU'ORDINAIRE

Nous attirons spécialement votre attention sur nos biscuits:

ARROWROOT, CADET, DAINY ENGLISH TEA, GRAHAM WAFERS, GRAHAM SANDWICH, CREAM SANDWICH ASSORTIS, RICE CAKE, SULTANA.

Aussi un joli choix de

PATE DE GUIMAUVE, SANDWICH ET LIGNES DE CONFITURES.

Nous sollicitons une commande d'essai, et nous sommes certains que vous serez satisfait de nos produits.

Nous fabriquons le fameux Chocolat "BORDO" ainsi que plusieurs autres lignes de BONBONS.

Confiez-nous vos commandes et demandez des renseignements sur nos lignes. Nous y apporterons la plus grande attention possible.

THE MONTREAL BISCUIT CO.

Manufacturiers de Biscuits et Confiteries (4)

MONTREAL

Nous offrons pour livraison Immédiate les marchandises suivantes :

Poivre Noir	—	Poivre Blanc
Poivre Rouge	—	Gingembre
Cannelle en branche et moulu		
Clou de Girofle		Thym
Allspice (Piments)		Serriettes
Epices de Ceylon		Manthe
Muscade		Epices
Borax		pour Catrup
Moutarde "Duffy"		
"Durham"		
Graine de Lin, Millet (Canary Seed)		
Cafés, Thés, etc., etc.		

PRIX SPECIAUX POUR LE COMMERCE

J. J. DUFFY & CIE

117 RUE ST-PAUL OUEST, — MONTREAL

Manufacturiers de la Poudre à Pâte

COOK'S FAVORITE



La Soupe au poulet de Clark

M. l'Épicier, est un produit de choix et cela vous paiera de la recommander. Seuls le poulet du meilleur choix et les ingrédients les plus purs entrent dans sa préparation et le résultat est une soupe qui fait revenir vos clients pour en avoir encore.

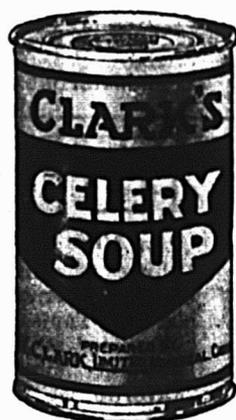
FAITE EN CANADA PAR UNE COMPAGNIE STRICTEMENT CANADIENNE.

LA SOUPE AU CELERI

Une excellente soupe qui plaira énormément à vos clients, principalement à ceux qui désirent une soupe sans viande pour la saison du carême ou les jours de jeûne

et

N'OUBLIEZ PAS LA SOUPE AUX TOMATES ET LES AUTRES BONNES CHOSES DE CLARK.



Le prix au consommateur s'épelle

ECONOMIE

W. Clark, Limited :-: Montreal

LES ALIMENTS MARINS DE LA MARQUE BRUNSWICK

sont les meilleurs pour le commerce du Carême

SARDINES, HARENGS (sauce tomates),
HARENGS MARINÉS, CLOVISSES,
FINNAN HADDIES

Tous les aliments marins de la marque Brunswick sont pêchés et mis en boîte le jour même.

Ils sont d'excellente vente et procurent de bons bénéfices.

VOYEZ A CE QUE VOTRE STOCK SOIT COMPLET.



CONNORS BROS.

BLACK'S HARBOR, N. B.

AUX VOYAGEURS

Nos MANDATS de VOYAGE

Ont rendu de grands services au public voyageur.
Ont cours dans le monde entier.
Sont payables au pair partout.
Sont économiques et pratiques.
Évitent les pertes de temps en voyage.
Protègent contre le danger de vol d'argent et les ennuis qui en résultent pour un voyageur à l'étranger.
Notre Bureau de Paris (14, rue Auber) offre des avantages exceptionnels au commerce et au public voyageur. Adressez-vous à

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. (4)

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

CAPITAL AUTORISÉ \$ 5,000,000

CAPITAL PAYÉ ET SURPLUS 4,300,000

ACTIF TOTAL: au-delà de 60,000,000

110 Succursales dans les Provinces de Québec, Ontario, Nouveau Brunswick et de l'Île du Prince-Édouard.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président: Honorable Sir HORMISDAS LAPOORTE C.P., de la maison Laporte-Martin limitée, administrateur du Crédit Foncier Franco-Canadien.

Vice-Président: W.-F. CARSLLEY.

Vice-Président: TANOREDE BIENVENU, administrateur de la G. of the Woods Milling Co., limited.

M. G.-M. BOSWORTH, président de la "Canadian Pacific Co. Services Limited."

Honorable NEMESSE GARNEAU, C.L., ex-ministre de l'Agriculture Conseiller Législatif de Québec, président de la Co. Pulpe de Chicoutimi.

M. L.-J.-O. BEAUCHEMIN, président de la Librairie Beauchemin limitée.

M. M. CHEVALIER, directeur général Crédit Foncier Franco-Canadien.

BUREAU DE CONTRÔLE

(Commissaires-censeurs)

Président: l'honorable sir ALEXANDRE LACOSTE, C.R., Juge en chef de la Cour du Banc du Roi.

Vice-Président: L'honorable N. PÉRODIEU, N.P., Ministre du portefeuille dans le gouvernement de Québec, administrateur "Montreal Light, Heat & Power Consolidated".

M. S.-J.-R. ROLLAND, président de la Cie de Papier Rolland.

BUREAU-CHEF

M. Tancredi BIENVENU,

Directeur-général.

M. J.-A. TURCOT,

Secrétaire.

M. M. LAROSE,

Inspecteur en chef

M. C.-A. ROY,

Chef "Bureau des Crédits".

Auditeurs représentant les Actionnaires

M. ALEX. DESMARTREAU, Montréal, M. J.-A. LAROSE, Québec

Incorporée en 1855

Capital et fonds de Réserve

\$9,000,000.

Plus de 130 Succursales.

LA BANQUE MOLSONS

Un homme d'affaires peut ordinairement faire un emprunt à la Banque Molsons, pourvu qu'il puisse fournir de bonnes garanties.

Si vous avez besoin d'un prêt, consultez le gérant de la Banque Molsons.

EDWARD C. PRATT, Gérant-Général.

Banque d'Hocheleag

Fondée en 1874

Capital autorisé \$10,000,000

Capital versé et Réserve 7,800,000

Total de l'Actif 72,000,000

CONSEIL D'ADMINISTRATION:

J.-A. Vaillancourt, Président; l'hon. F. Béique, Vice-Président; A. Turcotte; E.-H. May; l'hon. J.-M. Wilson; A.-A. Larocque; A.-W. Bonner.

BEAUDRY LEMAN, Gérant-Général.

305 Succursales et sous agences en Canada

42 Succursales dans la Cité et le District
Montréal.

Nous allouons l'intérêt au plus haut taux courant sur tout dépôt de \$1.00 ou plus fait dans notre Département d'Épargne.

FINANCES

LA SITUATION

Angleterre, malgré les avantages multiples qu'elle a retirés du traité de Versailles, subit en ce moment, comme du reste les États-Unis, une crise de surproduction qui provoque un chômage inquiétant. Déjà plus d'un million d'ouvriers seraient sans travail. Le gouvernement étudie les mesures à porter remède à ce danger. Mais il semble bien que les choses en soient trop profondes pour que la situation s'améliore facilement. La guerre qui a accru dans une proportion énorme les fatigues de toute sorte, a privé les principaux pays industriels d'une part appréciable de bons éléments. L'Europe Centrale, la Russie n'achèvent encore que des opérations insignifiantes de production manufacturée. D'où la pléthore dont souffrent et souffriront encore longtemps Anglais et Américains. La France elle-même est menacée du même péril quoiqu'elle soit dans une forme moins aiguë. Il y a un chômage aussi chez nous. Mais on semble qu'on pourrait parer à l'extension en entreprenant les grands travaux d'utilité publique négligés par la guerre, concurremment avec la restauration des régions dévastées. Le retour à la culture d'un grand nombre de ruraux dans ces années de bouleversement manoeuvres et ouvriers, les qualifiés devrait également être encouragé d'une manière pressante. La terre manque de bras, mais que le machinisme aidant, on ne s'en a trop. Cette besogne négligée de réajustement des catégories sociales est peut-être la plus urgente qui s'impose à l'attention du gouvernement français.

Il est évidemment poussés par la nécessité de vendre que les États-Unis et l'Angleterre ont rétabli ou rétablir la liberté des échanges. Avec la Russie, nous y aboutirons nous-mêmes fatalement. Nous ne pouvons faire abstraction de certaines blessures d'amour-propre qui ne pas arriver sur cet immense marché quand toutes les places ont été prises par nos excellents alliés.

(La Semaine Financière)

LA PUBLICITE FINANCIERE

La Gazette Franco-Britannique

Sous la signature de M. Charles Chiarisolo :

"On s'étonne souvent de la rapide ascension vers la fortune des agents de publicité financière. Ce n'est, pourtant, qu'un jeu d'enfant. Le plus ancien et le plus remarquable de ces auxiliaires de l'oligarchie financière qui nous opprime fut un gaillard pensif et austère. Au lieu de pâlir sur les recueils d'économie politique, il se contenta de pénétrer par effraction, au sein des Conseils d'administration où délibèrent les suffrages de l'exploitation de nos ressources nationales, et il toussa fortement. Un frémissement de terreur parcourut l'assistance, et notre homme, faisant figure de justicier, imposa des conditions à ces éternels et obscurs conspirateurs. Un pacte fut conclu, sur-le-champ et comme le silence est d'or, il fut stipulé que l'intrus aurait sa part, sa large part, des prises de piraterie dont l'humble bas de laine fait tous les frais. Il fallait, à tout prix, maintenir, par le moyen de la presse asservie, l'opinion publique dans l'ignorance des combinaisons élaborées au sein des ténèbres du brigandage de la spéculation et du placement des titres les plus variés, les plus séduisants et les plus aléatoires.

La publicité financière était née. Elle prospéra. Une espèce de franc-maçonnerie se constitua, patronnée par la vénalité des gouvernements de la République, et une demi-douzaine de fins limiers, accrédités, se partagèrent la besogne et les bénéfices de l'entreprise inaugurée par l'initiateur de cette nouvelle et fructueuse carrière. A quoi bon citer des noms et des adresses?... Les journaux ne vivent plus que des sommes capricieuses de ces agents de corruption, sensibles au chantage mais rebelles à l'équité."

Autre pays, mêmes mœurs ! Seulement au Canada les agents d'annonces ne réussissent pas toujours à influencer les journaux autant qu'aux États-Unis ou en Europe.

LE CHOMAGE AUX ETATS-UNIS; le nombre des sans-travail aux États-Unis était il y a quelques semaines plus élevé de 3,473,466 que l'an dernier, à pareille date.

VALEURS TRAVAILLEES

Les meilleures valeurs n'attirent l'attention du grand public que lorsqu'elles sont activement traitées sur les différents marchés. Pour qu'elles soient diffusées, et par conséquent classées, elles ont besoin d'un animateur.

L'animateur est, d'ordinaire, un syndicat qui possède une quantité plus ou moins considérable de titres qu'il a obtenus à des prix avantageux, et qu'il s'efforce de repasser aux épargnistes avec le plus gros bénéfice possible.

Les créateurs ou les détenteurs de titres d'affaires médiocres ou franchement mauvaises se servent naturellement du même procédé pour écarter leur papier de mauvais aloi.

Mais, nous demandera-t-on, comment discerner le bon grain de l'ivraie? C'est parfois fort difficile pour le capitaliste qui ne possède pas les moyens de contrôle ou d'investigation des professionnels de la finance.

Un capitaliste prudent et avisé ne s'intéressera jamais à une valeur quelle qu'elle soit sans s'informer de ses antécédents, de la qualité de ses administrateurs et du groupe ou du syndicat qui l'offre en vente.

A noter que maintes fois, sur la même valeur, on remarque des indications et des communications nettement contradictoires, suivant qu'elles sont propagées par des groupes dont les intérêts boursiers sont différents. Ce sont là des questions de boutique qu'il est intéressant de faire connaître au public.

Nous sommes toujours à la disposition des lecteurs de L'Information pour les renseigner à cet égard.

DEFICIT DANS LA PROVINCE D'ONTARIO; On estime à la somme de \$2,000,000 le déficit qui devra figurer dans le rapport du prochain budget, pour l'année fiscale écoulée de la province d'Ontario.

* * *

AUGMENTATION DE TAUX; La commission des chemins de fer a accordé aux compagnies de messageries canadiennes une augmentation de trente-cinq pour cent sur les taux de première classe, de vingt-cinq pour cent sur ceux de deuxième classe et de vingt pour cent sur les articles de consommation y compris la crème, le poisson et les fruits.

Assurances et Cartes d'Affaires

1870 — 1920

AUGUSTE COUILLARD

IMPORTATEUR DE
Ferrermerie et Quincaillerie, Verres à
Vitre, Peintures, etc.
Spécialité: Poêles de toutes sortes.
111-117 Rue St-Paul Est
Ventes: 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 maille
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.

P. A. GAGNON, C.A.

COMPTABLE LICENCIÉ
(CHARTERED ACCOUNTANT)

Chambres 215, 216, 217, Edifice
Banque de Québec
11 Place d'Armes, MONTREAL

Assurance Mont-Royal

Compagnie Indépendante (Incendie)

17 rue St-Jean, Montréal
l'hon. H.-B. Rainville, Président,
P.-J. Perrin, Gérant général.

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 255

Envoyez-nous vos Voialles Vivantes
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



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 Ent.
287 rue Adam, MAISONNEUVE

HOTEL VICTORIA

QUEBEC

H. FONTAINE, Propriétaire

COTE DU PALAIS

Plan Américain \$2.00, \$3.50 et \$4.00
par jour.

Ferrermerie, Quincaillerie, Peintures et Vernis,
Huiles, Vitres, Matériaux de Construction, etc.

**EN GROS
SEULEMENT**

Nos voyageurs sont actuellement en route pour vous
visiter; ils vous offriront les dernières nouveautés de
l'année.

Réservez quelques minutes d'examen à leurs échan-
tillons, ce ne sera pas du temps perdu pour vous.

Leur collection d'articles est aussi complète que possi-
ble et présente un assortiment des plus variés.

Nos prix ont été établis avec soin, vous ne pouvez
manquer de les trouver avantageux et nous espérons
que vous voudrez bien nous donner la faveur de vos
ordres, que nous remplirons à votre entière satisfaction.

L. H. Hébert & Cie,

LIMITÉE

IMPORTATEURS

**297 et 299 rue Saint-Paul,
Montréal**

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 jusq'à 48 pouces de large.
RAILS en "T" de 12, 15, 25 et 40 livres à la verge.
ECLISSÉS. ESSIEUX DE CHARS DE CHEMINS DE
FER.

Grosses Pièces de Forges, une Spécialité

Mines de Fer — Wabana, Terrebonne. — Mines de charbon
Hauts-Fourneaux, Fours à Réverbère à Sydney Mines, N.-E.
Laminaires, Forges et Ateliers de Finition à New
Glasgow, N.-E.

Bureau Principal: New Glasgow, (N.-E.)

ASSURANCES

LA NORTH AMERICAN LIFE CONTINUE SA CARRIERE PROSPERE

La North American Life Assurance Co., qui a depuis longtemps établi des bases solides au Canada continue la série de ses succès dans le champ d'action de l'assurance-vie canadienne en 1920. Ses affaires traitées et renouvelées en 1920, s'élevant à \$24,363,971, dépassa ent de plus de \$2,500,000 celles de l'année précédente et portaient le total des affaires en vigueur à \$99,600,473, le chiffre le plus élevé encore jamais atteint dans les annales de la compagnie. On concevra l'étendue des affaires de la compagnie en constatant le fait que pendant l'année dernière, elle a payé à ses détenteurs de polices et bénéficiaires plus de \$2,163,000. Cette somme comprenait \$424,948 payés en dividendes, alors que, contraste frappant, on ne note que \$6,000 payés aux garants. Les pertes pour décès survenus pendant l'année se sont élevées à \$650,995, soit un peu moins que le montant de l'année précédente. Le président, J. L. Goldman, dans son discours aux actionnaires au cours de la récente assemblée annuelle, donna avis que la même échelle de dividendes serait continuée aux actionnaires en 1921. Sur le passif total, les réserves pour polices, s'élevaient à présent à \$16,739,929 et il y a en outre un surplus net de \$2,609,827.

Le succès qui a couronné les efforts de la compagnie ressort à première vue des chiffres suivants:—

	1920	1911
Revenu des primes net	\$ 3,378,602	\$ 1,653,832
Nouvelles affaires:	24,363,971	6,129,426
Actif total	20,041,882	12,313,107
Assurance en vigueur	99,600,473	45,849,545

LA CONFEDERATION LIFE A ENREGISTREE UNE ANNEE DE SUCCES.

En dépit de l'incertitude des conditions pendant la dernière partie de l'année, conditions qui ont affecté les compagnies d'assurance-vie en général tout comme les autres commerces, la Confederation Life Association est en mesure de faire rapport d'un volume satisfaisant d'assurance pour 1920. Des applications ont été reçues pour de nouvelles assurances au montant de \$35,904,642 et sur ce montant, \$34,203,226 ont été approuvées et les polices émises. Le reste s'élevant à \$1,701,416 a été décliné ou différé pour plus ample considération. Le total des nouvelles émissions pendant l'année, y compris les suppléments de bonus et les renouvellements, s'est élevé à \$35,144,811, soit une augmentation de \$3,876,284 sur l'année 1919.

Le revenu net des primes s'élevait à \$5,272,550, soit \$915,480 de plus que pour l'année précédente. Le revenu net de l'intérêt et des loyers s'élevait à \$1,391,485, ce qui représente \$107,517 de plus qu'en 1919.

Les paiements dans l'ensemble furent moindres qu'en 1919. Les réclamations pour décès survenus pendant l'année, après déduction des réassurances, se sont élevées à \$974,356, soit une augmentation de \$103,430 sur l'année d'avant. Les dotations échues, cependant, montraient une diminution de \$197,196 contre \$471,831 l'année précédente, tandis que les paiements totaux aux détenteurs de police s'élevaient à \$2,384,398, ce qui représente \$433,842 de moins qu'en 1919.

Le bilan montre un actif net engagé de \$25,830,361 dont 51.10 pour 100 en actions et obligations, 20.95 pour 100 en premières hypothèques et 12.84 en prêts sur polices de la compagnie. Le passif de réserve sur toutes les assurances en cours est maintenant de \$24,645,296.

NOTES D'ASSURANCE

Des pourparlers sont en train pour permettre à la Motor Union Insurance Company de traiter des affaires générales d'assurance-feu au Canada et on s'attend à ce que son exploitation commence au cours du présent mois.

• • •

A la dernière session de la législature du Manitoba une loi d'assurance contre la grêle fut rédigée relative à un système d'assurance-grêle municipal. La loi exigeait qu'au moins trente-cinq municipalités passent la loi avant qu'elle devienne en vigueur, mais suivant le vote pris récemment la loi ne peut pas devenir loi.

• • •

On prévoit l'abandon des propositions d'assurance collective par laquelle les employés du gouvernement du Manitoba auraient reçu une assurance-vie gratuite. La difficulté d'obtenir une police d'un taux assez bas pour en permettre l'adoption par le gouvernement est, dit-on, la raison de l'abandon. Suivant un membre du service civil, le gouvernement, après avoir dressé les données quant aux employés susceptibles d'en bénéficier, demanda des offres aux compagnies d'assurance désireuses d'accepter cette affaire. Quatre polices furent offertes. Pas une n'était acceptable, prétend-on, et un effort a été fait pour créer une police satisfaisante combinant les meilleurs points de chacune. Celle-ci, soumise aux compagnies d'assurance fut également jugée peu satisfaisante, d'après les rapports et la question est maintenant abandonnée.

• • •

M. J. R. Grant a succédé à M. John Sturrock comme gérant de la succursale de Winnipeg de la Railway Passenger Assurance Co.

LA
PEINTURE



DE
MERITE



QUALITE

La qualité est cause de la vente très populaire de tous les produits Canada Paint. La haute valeur de nos formules pour les peintures, vernis, blanc de plomb, mastic, couleurs sèches et insecticides a été depuis 50 ans strictement maintenue et améliorée chaque fois qu'il a été possible. L'honnêteté de la qualité est la plus grande valeur que le marchand peut offrir à ses clients et est la garantie la plus sûre du succès permanent et des bénéfices.

Blanc de plomb "ELEPHANT"

L'immense popularité du Blanc de plomb Elephant et du mastic pur Elephant est due au haut degré de qualité qui est une particularité distinctive de tous les produits de la Canada Paint.

Ayez toujours en mains un stock de ces deux produits.

Mastic Pur "ELEPHANT"

La proposition d'agence de la Canada Paint Company repose fermement et sûrement sur la fondation de la qualité supérieure, soutenue par la publicité et l'appui d'une promotion des ventes du genre le plus fort et le plus efficace. Cette publicité et cette promotion de vente se concentrent sur le fermier et le propriétaire et dirigent le commerce de peinture de toute localité vers le magasin de l'agent de la "Canada Paint Company".

Pouvons-nous vous envoyer les détails de notre proposition attrayante d'agence.

THE CANADA PAINT CO. LIMITED

PAINT-VARNISH & DRY COLOR MAKERS-LINSEED OIL CRUSHERS
MONTREAL-TORONTO-WINNIPEG-CALGARY-VANCOUVER-HALIFAX



SEND for
THIS BOOKLET

ÉCRIVÉZ-NOUS POUR AVOIR LA BROCHURE

"Sachez la surface et vous
sauriez tout" *Peinture et Vernis*