

# DEUXIÈME COURANT

## JOURNAL DU COMMERCE



Fondé en 1887

MONTREAL, vendredi 21 février 1919

Vol. XXXII—No. 8



"C'est une Dayton—c'est donc la bonne"

Nous avons des copies de suggestions de systèmes prêtes à vous être envoyées. Aimerez-vous à en recevoir? Nous les envoyons gratuitement.

# 5700!

5,700 Marchands Canadiens actifs et réfléchis ont acheté la fameuse Balance Dayton au cours de 1918. Nous prenons nos dispositions pour en vendre au moins 1,000 de plus durant 1919, ce qui portera notre production à 6,700 en plus. Les marchands ont besoin de ces balances. Elles sauvegardent leurs profits. Si vous êtes acheteur d'une Balance — voyez la Dayton. C'est le placement de grande valeur dont le résultat progressif ne saurait se dispenser.

LES ETUDES COMMERCIALES  
MONTREAL  
BIBLIOTHEQUE

### Systemes nouveaux--Nous pouvons vous aider

Nous avons beaucoup de suggestions intéressantes relatives à la conduite du magasin, suggestions qui sont le résultat des longues années d'expérience de milliers de détaillants de tout le Canada. Quels sont les problèmes que vous avez à résoudre? Nous pouvons peut-être vous y aider. Ecrivez-nous.

## Dayton Computing Scales

Avenues Royce et Campbell, TORONTO, ONT.

Bureau des Ventes, à Montréal: 57 Rue Notre-Dame Est.

*Les Balances Dayton sont faites au Canada par des Canadiens avec des Matériaux Canadiens.*

La International Business Machine Co., Limited, Toronto, Frank E. Mutton, Vice-Président et Gérant Général, manufacturiers des Balances Dayton, des Enregistreurs de Temps "International" et des Machines électriques à tabler Hollerith.



Ces marques sur des Chaussures en Caoutchouc  
les font reconnaître pour des produits du

“Dominion Rubber System”

## *Reliez votre Magasin à nos Campagnes de Publicité Nationale*

Obtenez tout le bénéfice qu'il vous est possible de tirer en tenant la Chaussure en Caoutchouc la mieux annoncée comme la mieux faite au Canada.

Depuis trois mois, nous poursuivons la plus grande campagne de publicité sur les Caoutchoucs qui ait jamais été entreprise par des manufacturiers canadiens. Elle s'étend à tout le Dominion, d'un Océan à l'autre.

Nous avons fait comprendre à vos clients la nécessité de porter des Caoutchoucs, et l'importance qu'il y avait à demander un produit du “Dominion Rubber System.”

Reliez votre magasin à cette publicité. Mentionnez nos marques de Caoutchoucs dans vos propres annonces. Faites des étalages attrayants de vitrine, en mettant en vedette ces caoutchoucs. Veillez à ce que les cartes de magasins et les tableaux soient mis en bonne place.

Mettez ces Caoutchoucs à l'endroit où le client est sûr de les voir et rappelez-leur ainsi la nécessité des caoutchoucs. C'est le moyen de faire **VOTRE** notre publicité.

**SUCCURSALES DU DOMINION RUBBER SYSTEM situées à:**

Halifax, Saint-Jean, Montréal, Québec, Ottawa, Toronto, Hamilton, Brantford, London, Kitchener, North Bay, Fort William, Winnipeg, Brandon, Régina, Saskatoon, Edmonton, Calgary, Lethbridge, Vancouver, Victoria.





## Le plus grand événement de la Saison

**N**OTRE Campagne de publicité du printemps, qui commencera la première semaine de mars, atteindra le public acheteur de chaussures sur une plus vaste échelle que jamais. Elle portera dans les maisons de vos clients le même conseil impartial et d'esprit large que vous avez coutume d'attendre de Ames, Holden, McCready.

Où que vous soyez, vous ne pouvez manquer de ressentir les effets de cette campagne. Les grands journaux quotidiens porteront notre message aux grandes villes; les quoditiens et hebdomadaires des petites villes le répandront partout; les revues agricoles le feront parvenir dans des milliers d'intérieurs de ferme. Nous atteindrons les soldats retour du front par "Le Vétéran"; et les Filles de l'Empire par LEUR publication officielle. Mais ce n'est pas tout. Une liste de magazines de circulation générale renforcera et élargira toute cette campagne. Notre but est d'atteindre tout acheteur de chaussures au Canada et nous ne serons pas éloignés de ce résultat.

Soyez prêt à en obtenir votre pleine part de bénéfice.

**AMES HOLDEN McCREADY**  
LIMITED  
*"Les Cordonniers de la Nation"*

Saint-Jean

Montréal

Toronto

Winnipeg

Edmonton

Vancouver.

# Ce Livret vous fera faire des ventes

**D**ANS chaque annonce de la campagne de printemps de la A.H.M. (pendant les mois de mars, avril et mai), nous vous offrons avec nos compliments une brochure intitulée: "Comment acheter des chaussures." Ci-dessous reproduction de la couverture de cette brochure ainsi que du texte complet.

Nous vous prions de lire ce texte afin de pouvoir saisir exactement les conseils que nous nous proposons de donner à vos clients — conseils qui se changeront pour vous en ventes.

Mais avant de considérer le texte de la brochure, il est quelque chose d'important dont nous désirons vous parler. Cette brochure vous donne l'occasion de relier avantageusement votre magasin avec la publicité A.H.M. sans qu'il y ait besoin d'efforts véritables de votre part. Elle vous permet de faire profiter votre magasin des importantes annonces que nous publions, et vous faire profiter de tout l'argent que nous dépensons dans les quotidiens, les magazines et les journaux agricoles qui couvrent votre territoire commercial.

Vous verrez que le dessin ci-contre est le même que celui des cartes d'étalages qui fut reproduit sur le couvert du dernier numéro de Shoe Facts. Au cours des derniers mois des cartes de vitrines ont été ajoutées à tous les envois directs faits de la manufacture, et ont été en outre soigneusement distribuées par nos succursales. Si donc vous n'en avez pas encore reçu, demandez-en à notre succursale la plus rapprochée, et vous en recevrez immédiatement.

## COMMENT FAIRE DE L'ARGENT.

Tout ce que vous avez à faire est de placer la carte dans votre vitrine, là où elle sera vue de la rue. Le dessin en est tellement attrayant qu'il ne peut manquer d'attirer l'attention. Il est tellement distinct des autres qu'il sera tout de suite identifié avec la publicité de la A.H.M. et vous en procurera les bons effets. Tous ceux de vos clients et clients possibles qui ont eu la bonne impression des conseils contenus dans notre brochure considéreront immédiatement votre magasin comme celui où ils peuvent trouver confort, service ou satisfaction.

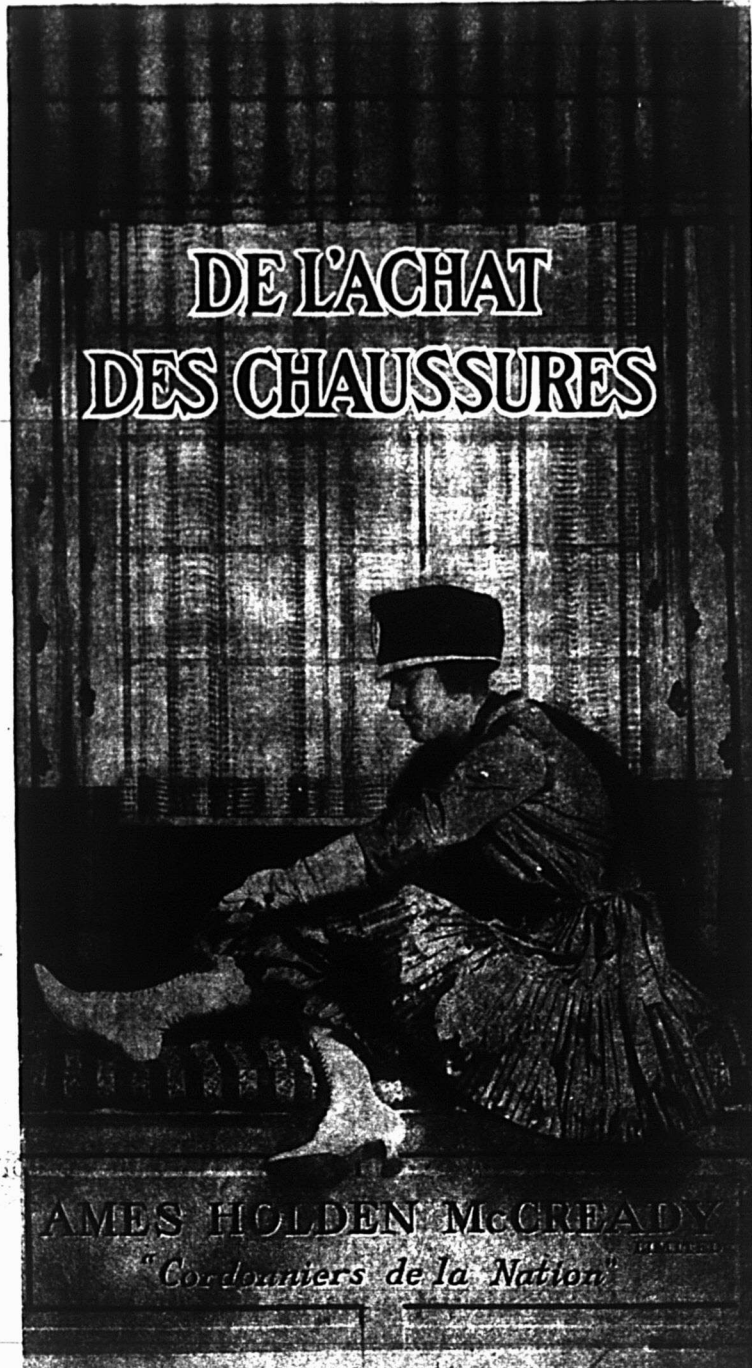
Cette carte de vitrine est très solide et durera très longtemps. Veillez à ce qu'elle soit placée dans votre

vitrine jusqu'à la fin de la saison de printemps tout au moins. Chaque jour où cette carte sera exposée, elle acquerra plus de valeur, car plus de gens auront reçu la brochure et seront convaincus que votre magasin est le bon endroit pour acheter.

Et c'est là la chose importante que la publicité peut faire pour vous:

offrir l'opportunité.

Lisez le texte de cette brochure qui vous vaudra des clients et qui les conduira directement à votre magasin, examinez-le soigneusement et voyez si ce n'est pas le genre de conseils qui inspirent confiance et attirent la clientèle et qui vous aident à vendre des chaussures.



Ceci est la reproduction de la couverture de notre brochure de 32 pages qui sera envoyée à vos clients.

convaincre les gens de votre voisinage que votre magasin est une bonne place pour faire leurs achats. Si vous arrivez à imprégner fermement cette conviction dans l'esprit de vos clients, il deviendra difficile pour quiconque de les éloigner de vous. Nous avons réfléchi très longuement aux moyens propres à vous aider à obtenir ce résultat, et nous sommes heureux de vous en

## "COMMENT ACHETER DES CHAUSSURES."

L'achat des chaussures est un sujet qui mérite une attention beaucoup plus soutenue que celle qui lui est accordée. Ce sujet reçoit très rarement l'attention qu'il mérite, et il s'ensuit que nombre de personnes n'obtiennent pas la satisfaction à laquelle elles ont droit pour le prix qu'elles payent car que vous achetiez quatre paires de chaussures par année ou quarante, il n'y qu'une chose qui vous intéresse, c'est de savoir comment obtenir le maximum de confort, de service et de style pour l'argent que vous déboursez. Et nous autres, en notre qualité de Cordonniers de la Nation, nous ne sommes intéressés également qu'en une seule chose: comment donner le maximum de service et de style dans les chaussures que nous manufacturons pour vous. D'autres manufacturiers de chaussures réputés au Canada ont les mêmes préoccupations. De sorte qu'il est très facile pour vous d'acheter de la bonne chaussure si vous voulez vous donner tant soit peu la peine d'y apporter l'attention voulue.

"Au demeurant, notre développement en tant que manufacturiers dépend en fin de compte d'une seule chose: la satisfaction que notre produit vous donne, à vous, le consommateur. C'est la raison personnelle qui a présidé à la préparation de cette brochure: que vous puissiez obtenir ce service et cette satisfaction supérieurs qui raffermira plus encore en vous une opinion favorable pour les chaussures A.H.M."

## "LE POINT ESSENTIEL"

"La satisfaction que vous pouvez obtenir de nos chaussures dépend avant tout de quelque chose que nous ne pouvons contrôler. Cette chose est l'ajustement correct. Nous pouvons prétendre que la qualité des matières premières qui entre dans nos chaussures sont de premier ordre; nous pouvons garantir que la main-d'oeuvre est aussi parfaite qu'il est

possible de l'obtenir par les moyens humains, mais reste la question importante de convenir au détaillant et à vous. Ainsi donc nous vous demandons tout d'abord, pour obtenir des chaussures satisfaisantes, de prendre tous les moyens pour vous adresser à un marchand dans lequel vous avez confiance et auquel vous donnez tout le temps de mesurer convenablement votre pied et de vous approvisionner des chaussures qui vous conviennent véritablement.

#### **"POURQUOI CETTE CHOSE EST IMPORTANTE.**

"Ce n'est pas seulement pour obtenir un confort personnel que vous devez faire cela. Le service que vous obtenez d'une chaussure, sa durée, dépendent en grande partie de la correction de l'ajustement, car une chaussure pour résister à l'usage courant a besoin du support de pied.

"Peu de gens se rendent compte de l'effort qu'a à supporter une chaussure dans l'usage journalier. Cette structure fragile de cuir et de tissus doit non seulement supporter le poids tout entier de votre corps, mais doit résister à la pression de forces qui sont hors de proportion avec la force de la matière première elle-même. Si vous essayez de courber une **chaussure vide** à la force physique qui s'exerce dans l'action de la marche, elle ne tardera pas à se détériorer.

"Le support du pied est la chose la plus importante dans l'existence d'une chaussure, et ce support doit être appliqué scientifiquement de manière à obtenir les meilleurs résultats. Vous ne pouvez obtenir un service satisfaisant de chaussures s'ajustant mal, quelle que puisse être la qualité des matières premières et de la main-d'oeuvre. Bien plus des chaussures mal ajustées ne peuvent maintenir leur apparence nette et attrayante.

"Ainsi donc, la chose la plus importante dans l'économie et la satisfaction de la chaussure est représentée par ce mot "ajustement." Demandez donc à votre marchand qu'il vous donne des chaussures qui s'ajustent bien, même si cela exige quelque effort supplémentaire de votre part.

"Et rappelez-vous ceci: une chaussure qui est trop étroite vous le fera savoir bien vite, mais une chaussure qui est trop large peut vous paraître au premier abord excessivement confortable. Cependant ne vous y trompez pas, car la chaussure trop large ne vous donnera jamais le service que vous en attendez et vous causera bien des ennuis.

#### **"QUE DEVEZ-VOUS PAYER POUR DES CHAUSSURES?**

Les chaussures sont faites de différents modèles, pour convenir aux différentes sortes de pieds, et en qualité différente pour répondre à toutes les bourses. Si votre pied est haut au cou-de-pied, par exemple, vous pouvez trouver une chaussure qui vous soit plus confortable et vous rende meilleur service. Si votre pied est bas au cou-de-pied, et large aux oreilles, vous trouverez un autre modèle plus satisfaisant pour votre cas particulier et ainsi de suite. Votre détaillant sait le modèle de chaussure qui convient le mieux à vos besoins individuels. Profitez donc de ses connaissances et de son expérience.

"Maintenant, comme nous l'avons déjà dit, il est probable que la sorte

de chaussures que vous désirez est, composée de plusieurs qualités se vendant à des prix différents. Ceci est dû à la différence de qualité des cuirs employés, à la qualité et au poids des semelles et des talons, aux différentes qualités des contreforts et d'intérieurs de semelles, etc. Des chaussures d'un certain modèle, provenant du même manufacturier peuvent montrer une différence de prix de \$3.00 à \$4.00 et quand toutes les lignes d'un magasin de détail sont considérées, la différence des prix peut être beaucoup plus grande que ça. C'est parfois un véritable jeu de patience que de savoir quel prix on doit payer.

"Mais vous pouvez être sûr d'une chose: c'est qu'une chaussure bien connue, une ligne standard comme les chaussures A.H.M. par exemple, vous donnera une bonne valeur pour chaque dollar dépensé, quelle que soit la sorte de chaussure à laquelle vous vous soyez arrêté. Et au sujet du prix en général, nous dirons ceci: ne payez pas de trop, et ne payez pas trop peu. Il y a un prix au-dessous duquel il est impossible de faire une chaussure qui donne confort et service, il y a un prix au-dessus duquel les raffinements ne peuvent rien ajouter en proportion du prix.

#### **"EVITER LES PRIX EXTREMES.**

"C'est la plus fausse économie que d'acheter des chaussures bon marché. Nous voulons vous faire comprendre la raison de cette vérité et essayer de vous en donner une explication aussi simple que possible.

"Le prix d'une chaussure est basé principalement sur deux choses importantes: le coût des matières premières et le coût de la main-d'oeuvre. Ainsi donc, pour faire une chaussure du même type pour la vendre moins chère, il est absolument nécessaire de réduire le coût des matières premières ou de la main-d'oeuvre, ou des deux.

"Mais il est un fait bien certain, c'est que le coût de la façon nécessaire pour faire des chaussures d'un certain modèle, est pratiquement le même quelle que puisse être la qualité des matières premières employées.

"Songez à ce que cela veut dire. Cela signifie que pour faire des chaussures destinées à être vendues à un dollar de moins, le dollar presque tout entier doit être économisé sur les matières premières. Quelques cents tout au plus, peuvent être rognés sur la main-d'oeuvre. Vous voyez donc qu'il y a un certain prix au-dessous duquel il est imprudent de descendre. Et quand vous achetez une chaussure à un prix qui est nettement au-dessous de celui qui prévaut ordinairement, vous pouvez être sûr que vous n'obtiendrez pas la valeur de votre argent à moins que cette chaussure fasse partie d'une véritable vente de réduction de pointures invendables ou de styles démodés. Mais si le bas prix est le chiffre régulier auquel la dite chaussure est offerte, vous pouvez être sûr qu'elle est faite de matières premières qui sont trop bon marché pour durer, ou que quelque partie nécessaire ou invisible a été réduite de qualité pour rendre meilleur marché la production.

#### **"NE PAYEZ PAS TROP CHER.**

"Il y a aussi un prix au-dessus duquel il est impossible d'ajouter quelque chose à la valeur réelle d'une chaussure. Il y a certaines qualités

bien définies de cuir et certains degrés de finesse dans les tissus qu'on peut se procurer, mais à part cela ce qu'on ajoutera au coût d'une chaussure ne peut rien ajouter à la valeur de son service. On peut se procurer à un prix modéré une chaussure durable et de belle apparence. Ainsi donc, c'est purement une question de goût et de moyens de dépense que de payer plus cher pour des chaussures de "fantaisie" ou "ultra chic." Il n'y a pas de raison au monde qui puisse vous empêcher de payer un prix élevé pour des chaussures de style si vous en avez les moyens—mais vous devez savoir ce que votre argent achète réellement.

"Bref, si vous choisissez un modèle de chaussure qui convient à votre pied et que vous prenez soin d'avoir l'exacte pointure et la bonne largeur, vous pouvez vous assurer confort et satisfaction à un prix modéré.

#### **"VOTRE GUIDE LE PLUS SUR.**

"Mais les chaussures se ressemblent et les prix changent avec les conditions. Comment pouvez-vous assurer que vous choisissez une bonne valeur à un prix modéré et qu'on ne vous fait pas payer trop cher ou trop bon marché?

#### **"REGARDEZ LA MARQUE DE COMMERCE DU MANUFACTURIER SUR LES CHAUSSURES QUE VOUS ACHETEZ.**

"La marque de commerce du manufacturier est votre indication la plus sûre de la valeur de la chaussure. C'est la preuve que le manufacturier veut baser sa réputation sur la qualité de ses marchandises; et qu'il tient à y placer sa signature comme garantie de qualité. Quelles que puissent être les conditions, vous ne pouvez guère vous tromper si vous choisissez des chaussures portant une marque de commerce avantageusement connue de toute la nation. Les chaussures A.H.M. sont de beaucoup celles qui se vendent le plus au Canada et qui portent cette marque de commerce réputée.

Si vous vous attachez à obtenir cette marque lorsque vous achetez, vous pouvez être assuré que vous obtiendrez pour chaque dollar que vous donnez un bon dollar de valeur en confort, service et style."

#### **QUELQUE CHOSE D'AUTRE.**

Nous pensons que vous conviendrez aisément que cette information peut vous être d'un réel service dans votre commerce de détail. Et afin de donner à notre livre une valeur commerciale véritable, nous donnons dans les huit dernières pages de ce volume, certains modèles de chaussures qui représentent de bonnes valeurs et qui conviendront à la majorité de vos clients. Ces mêmes styles de chaussures paraîtront aussi dans nos annonces des journaux et magazines qui commenceront la première semaine de mars et se poursuivront toute la saison. Vous devriez, de toutes manières, avoir un stock de ces modèles pour tirer le plus gros bénéfice possible de la campagne du printemps.

Rappelez-vous que la première annonce offrant notre brochure paraîtra la première semaine de mars. Veillez à ce que notre carte de vitrine soit en étalage à cette époque et qu'elle y demeure. Assurez-vous d'avoir nos chaussures en stock, de façon à en bénéficier dans la plus grande mesure possible.

# Annonce Messagère du Printemps au Public Canadien

La signature de l'armistice a rendu un peu moins pressante la demande de chaussures. Mais cela n'a pas et ne peut pas augmenter les disponibilités en cuirs. Des milliers d'hommes quittent l'armée; cependant ils ne reprendront que lentement leurs anciennes occupations. Alors tant que la pénurie des cuirs ne sera pas transformée en surplus et que la main-d'oeuvre n'aura pas repris sa condition normale, on ne doit pas s'attendre à de grands changements dans les prix qui se maintiendront à un niveau élevé.

Le cuir n'est pas un produit de fabrication, mais de croissance naturelle. Il faut du temps à une peau pour se développer, et il n'existe aucun procédé qui puisse hâter ce travail. Les exigences de la guerre, de même que les destructions qu'elle a causées, ont épuisé les approvisionnements mondiaux au point, comme nous l'avons dit l'automne dernier, de rendre incertaine une production de bonnes chaussures pour les besoins urgents. Maintenant nous devons attendre qu'un nouvel approvisionnement de cuir se soit renouvelé.

La main-d'oeuvre est un autre problème dont la solution sera lente. Beaucoup d'hommes ayant pris goût à la vie en plein air, ne voudront plus retourner à l'usine. D'autres portent de glorieuses blessures qui les rendent impropres à ce travail. De ce côté, on ne doit pas s'attendre non plus au retour immédiat de la situation normale. Alors notre message au public Canadien est celui-ci:—

“La prudence dans vos achats est toujours recommandée. En la pratiquant, vous hâterez le retour à la vie normale. Achetez pour la durée, et assurez-vous qu'on vous donne pour vos déboursés.

De plus, exigez l'empreinte de la marque de commerce du fabricant, sur les chaussures que vous achetez. Des chaussures sans marque, fabriquées avec des matériaux inférieurs, peuvent être mises en vente à prix réduits, sous prétexte que la fin de la guerre justifie cette baisse. Mais un fabricant sérieux n'ira pas compromettre sa réputation en imprimant sa marque sur un produit dont il aurait honte. Souvenez-vous en et exigez cette marque. Vous ne sauriez avoir de meilleure garantie de bonne valeur.”

## Procurez-vous ce Livret

Nous avons édité un feuillet intitulé: “Comment acheter les chaussures.” Ce feuillet vous rendra service. Il renferme des conseils pratiques, que vous achetiez ou non les chaussures A.H.M. Nous vous en enverrons volontiers un exemplaire, franco, sur demande adressée à nos bureaux de Montréal.

# AMES HOLDEN McCREADY

“Cordonniers de la Nation”

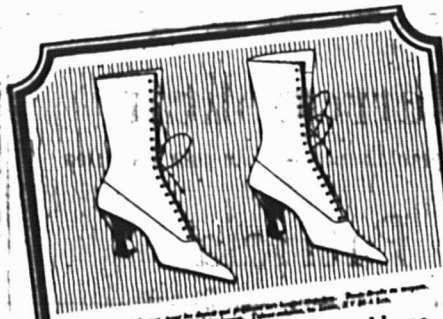
L MITED.

ST. JEAN MONTREAL TORONTO WINNIPEG EDMONTON  
VANCOUVER

Lorsque vous achetez  
des chaussures--



--exigez cette marque  
de la semelle.



### Comment résoudre le problème national de la chaussure

Une grande partie de la population canadienne d'origine britannique de chaussures pour à très bon marché. Les chaussures canadiennes sont de qualité et de prix. Elles sont produites en Canada, ce qui signifie que le produit est fait au Canada. Elles sont donc de qualité et de prix. Elles sont produites en Canada, ce qui signifie que le produit est fait au Canada. Elles sont donc de qualité et de prix.

**AMES HOLDEN McCREADY**  
"Cordonniers de la nation"

### La Vérité concernant les chaussures

Le cuir est rare et le devient de plus en plus. Une forte partie de disponible est requise pour les boîtes des soldats; les importations sont presque nulles, et nous n'avons plus d'autre ressource que la production limitée du Canada.

Le coût de toute la matière qui entre dans la confection d'une chaussure est élevé et tend à monter encore. Les ouvriers sont payés par millions à l'arrière; le main d'œuvre se fait ainsi très rare. Ce n'est plus seulement une question de prix, mais de production suffisante pour répondre à la demande de chaussures de bonne qualité.

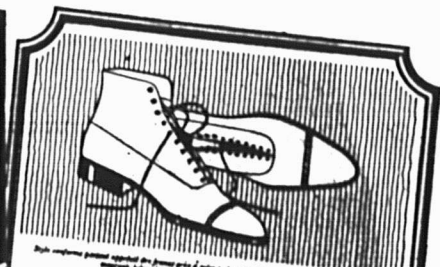
Cet état de choses échappe à tout contrôle humain; il s'impose aux fabricants, aux vendeurs, comme aux consommateurs. A qualité égale, vous payez aujourd'hui une paire de chaussures plus cher que l'an dernier. Le printemps prochain, les prix seront encore haussés.

Telle est la situation contre laquelle il est inutile d'argumenter; nous n'y pouvons rien changer, quel que soit, d'ailleurs, notre désir de la voir s'améliorer.

Seul, le consommateur peut y apporter un peu de soulagement, en achetant avec prudence et discernement, en exigeant qu'on lui donne pour la même somme de son argent. Qu'il y mette le prix, mais sans rien ajouter pour les cordonniers. Enfin, qu'il exige la marque du fabricant sur les chaussures qu'il achète.

Les prix élevés induisent à mésestimer la qualité, dans le but de donner l'apparence du bon marché. Mais il n'y a pas de fabricant qui oserait imposer sa marque de commerce sur un article qu'il n'aurait pas de reconnaître pour sa. Souvenez-vous-en, afin de toujours exiger la marque de commerce. Ce sera la plus sûre garantie que vous aurez reçue pour ce que vous aurez déboursé.

**AMES HOLDEN McCREADY**  
"Cordonniers de la nation"



### Ce qu'est une bonne valeur et comment en profiter

Vos intérêts, à titre de consommateurs, et les nôtres, à titre de fabricants de chaussures les plus importants du Canada sont véritablement identiques. On peut le résumer en une seule phrase: "Chaussures de qualité à prix raisonnables."

Un prix raisonnable est aujourd'hui plus élevé que d'habitude, attendu que le coût de tous les matériaux, de même que celui de la main d'œuvre requise pour faire une paire de chaussures, est haussé considérablement, et cette hausse se continue.

Afin que davantage de personnes bénéficient de la haute qualité de nos chaussures, nous faisons de nos chaussures de qualité les plus produites, et nous recommandons nos méthodes d'achat, que vous choisissiez, ou non, les chaussures de notre fabrication.

Nous vous recommandons d'acheter pour la durée plutôt que pour la forme; de vous fier à un marchand de bonne renommée et d'exiger que le marchand de commerce de fabricant soit sur les chaussures. En agissant ainsi, vous êtes assurés d'avoir reçu pour le montant de vos déboursés.

**AMES HOLDEN McCREADY**  
"Cordonniers de la nation"

# De bons Conseils engendrent la confiance

**QUAND** un homme vous donne un conseil que vous savez être bon, vous lui accordez votre confiance, bien longtemps même après que ses paroles sont oubliées. Vous ne vous rappelez peut-être pas exactement ce qu'il vous **A DIT** mais vous n'oubliez pas ce qu'**IL FIT**. Et vous **SAVEZ** que c'est un homme avec lequel il fait bon faire affaires.

Il en est de même avec la publicité. Le conseil qui est sûr—"qui sonne juste"—produit une impression mentale qui dure, qu'on se rappelle ou non de telle ou telle copie. Ainsi donc, en jugeant l'effet de la campagne de publicité du printemps de la A. H. M., ne perdez pas de vue les résultats des campagnes faites au cours des saisons précédentes. Elles ont établi fermement dans l'esprit du public une impression de confiance;—la conviction que Ames Holden McCready est une maison avec laquelle il est bon de faire des affaires.

Tous les détaillants du Canada peuvent canaliser cette confiance à leur propre profit.

**AMES HOLDEN McCREADY**  
LIMITED  
"Les Cordonniers de la Nation"

ST-JEAN    MONTREAL    TORONTO    WINNIPEG    EDMONTON    VANCOUVER



## Metropolitan

McKays pour Dames---Welts pour Hommes

## Patricia

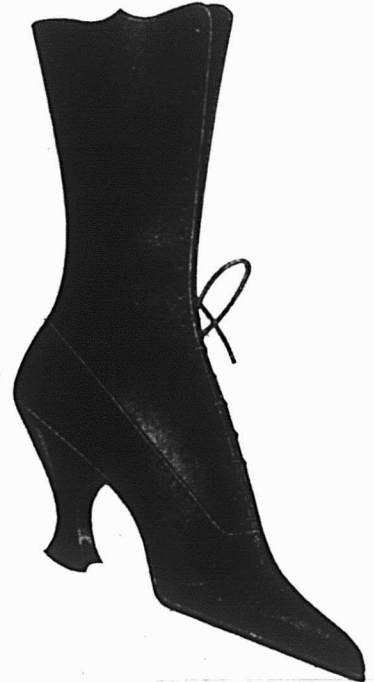
Welts et Turns pour Dames

## Paris

Welts pour Hommes---McKays pour Dames

### Trois Lignes qui conduisent directement aux Profits

Chacune de ces trois lignes vous fera faire de plus fortes ventes et augmentera vos profits. Elles sont bien répandues parmi les marchands et les consommateurs et réputées comme étant des lignes de chaussures auxquelles on peut se fier, offrant toujours les dessins les plus populaires et donnant toujours un service de pleine valeur. Elles couvrent tout le champ des belles chaussures pour Hommes et Dames, McKays et Welts.

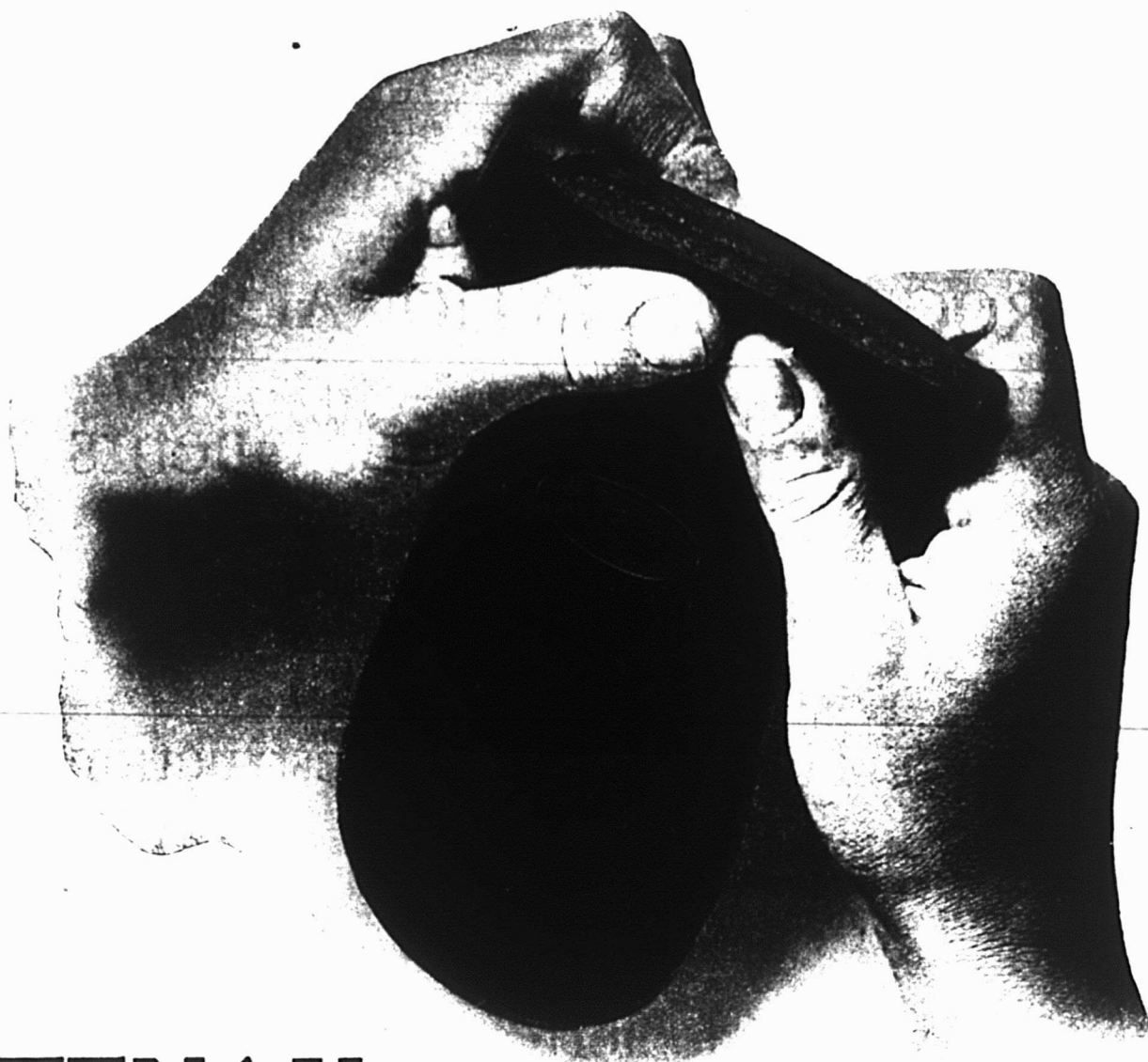


# *Daoust, Lalonde & Cie., Limitée*

**MONTREAL**

Succursale: The Metropolitan Shoe Co., 91 rue St. Paul Est, Montréal.





# TENAX

**ne se fend ni ne se brise**

Voici une semelle Tenax qui a été coupée profondément dans toute sa largeur avec un couteau. Même ainsi, tortillez-la comme vous voulez, il n'y a ni fente ni brisure.

Tenax est meilleur que le cuir. Dure plus longtemps et s'use uniformément, est imperméable, impénétrable à l'humidité, silencieux et ne criant pas.

*Manufacturé par*

**Gutta Percha & Rubber, Limited**

TORONTO HALIFAX MONTREAL OTTAWA FORT WILLIAM WINNIPEG REGINA  
SASKATOON LETHBRIDGE CALGARY EDMONTON VANCOUVER VICTORIA



L'INSTITUTION  
POSSEDANT UN  
PROGRAMME NATIONAL

## Avis Important à nos Clients

Le succès des **WELTS TETRAULT** pendant ces dernières années a valu à notre organisation une réputation nationale dans sa ligne.

*Estimant que le développement d'une*

## Vaste Politique de Reconstruction

est le devoir de toutes les bonnes Maisons Canadiennes en ce moment, il nous fait plaisir d'annoncer à nos clients que nous avons été assez fortunés pour nous

## Assurer de fortes Commandes d'Exportation

avec des perspectives encourageantes de plus grosses affaires encore dans l'avenir.

Ceci nous aidera à maintenir la prospérité domestique des quatre dernières années, et à conserver la production dans son volume normal. C'est là une partie de la politique de

## Progrès de Tétrault

de faire de notre propre institution et de l'Industrie Canadienne de la Chaussure en général, la plus forte de toute, en l'imposant de façon internationale.

# Tétrault Shoe Manufacturing Co., Limited

*Les plus gros producteurs de chaussures du Canada*

Bureau et entrepôt—  
9 rue de Marseille  
Paris, France

MONTREAL

TORONTO



## LES WELTS TETRAULT au PAYS et à L'ETRANGER

### Notre Service d'abord pour le Pays

Bien que la production de nos **DEUX MANUFACTURES** soit complètement vendue jusqu'au début de l'été, nous pouvons assurer à nos clients que ceci n'interrompra pas en aucune manière notre excellent service habituel pour les commandes du printemps.

### Les affaires Canadiennes sont notre Première Considération

Que nous étendions nos affaires au-delà du champ canadien ne signifie pas que nous négligions le commerce canadien, soit au point de vue production soit au point de vue livraison. Nous nous sommes entendus avec d'autres manufacturiers pour qu'ils prennent charge de notre surplus d'affaires pour l'exportation.

Notre attention toute entière sera toujours accordée aux Commandes Canadiennes et rien ne saurait distraire

### **l'Attention Tétrault**

à approvisionner le Commerce Canadien de ses besoins de Chaussures Welts pour Hommes.

# Tétrault Shoe Manufacturing Co., Limited

*Les plus gros producteurs de chaussures du Canada*

Bureau et entrepôt—  
9 rue de Marseille,  
Paris, France

MONTREAL

TORONTO

# CONFIANCE

*Lorsque vous installez un*

*Equipement de  
Réparation de  
Chaussures*

# GOODYEAR

*vous savez que vous possédez  
le meilleur qui soit produit,  
Et vous êtes en conséquence  
convenablement équipé pour  
donner*

*Satisfaction à vos clients*

---

**United Shoe Machinery Co. of Canada, Limited**

MONTREAL, QUE.

**TORONTO**  
90 Rue Adelaïde Ouest

**KITCHENER**  
179 Rue King Ouest

**QUEBEC**  
28 Rue Demers



# L'approvisionnement

QUI REPOND A

## La Demande

Le Stock de Chaussures de Robinson est aussi divers dans le choix qu'il offre, que le commerce est varié dans sa demande. Il est choisi avec cette connaissance minutieuse des Styles et des Valeurs, et ce Soins particulier qui font les Clients Satisfaits et qui CREENT la demande à laquelle répond l'APPROVISIONNEMENT. Il est suffisamment important pour nous permettre de garantir l'exécution complète des commandes et leur expédition immédiate.

*Rencontrez la Demande  
avec notre Approvisionnement  
et Faites l'Essai du*

Service Robinson



**JAMES ROBINSON**  
MONTREAL | 



**Bureau Principal et Manufacture:  
MONTREAL, P.Q.**

**Succursale à: OTTAWA, Ont. - WINNIPEG, Man  
CALGARY, Alta.**

Notre marque de commerce "Santa Maria" est l'assurance de QUALITE SUPERIEURE dans la Chaussure en Caoutchouc et les Chaussures de Promenade.

Les Lignes portant cette marque sont le produit d'une main-d'oeuvre experte appliquée aux matières premières de la plus belle qualité, et sont établies conformément aux données de la mode, en suivant les idées de styles ayant rencontré la plus grande approbation.

Accordez votre confiance aux marchandises portant cette marque. Elles vous attireront un commerce profitable et vous permettront de le retenir.

En maintenant des stocks importants à Montréal, Ottawa et Winnipeg, il nous est possible de vous assurer un service rapide.

Nos lignes sont également tenues en stock par les agents suivants:

M. B. Young,	- - - - -	Toronto (Ont.)
Louis McNulty,	- - - - -	Saint-Jean (P.Q.)
La Victoire Shoe Co.	- - - - -	Saint-Hyacinthe, (P.Q.)
J. I. Chouinard	- - - - -	Montréal (P.Q.)
Poliquin & Darveau	- - - - -	Québec (P.Q.)
The Wm. Cook Shoe Co.,	- - - - -	Sydney Mines (N.S.)
H. L. Main,	- - - - -	Moncton (N.B.)
E. J. Fleetwood	- - - - -	St. John (N.B.)

# La Cie de Caoutchouc Columbus de Montréal, Limitée

1349 rue De Montigny Est  
MONTREAL



# NOTRE CATALOGUE POUR 1919

*EST*

## PRÊT À PRÉSENT

Dans cette brochure nous nous sommes efforcés de donner à nos clients une idée exacte de nos **CHAUSSURES** et de notre **SERVICE** qu'ils ne manqueront pas d'apprécier.

**SERVICE!** tel a été le mot d'ordre de notre commerce depuis ses débuts et c'est ce mot qui continuera à être notre ligne de conduite.

## En Stock vent dire Service

depuis la matière première jusqu'au fini, et un service réel au détaillant qui est désireux d'avoir toujours sous la main un bon stock de ses lignes.

**AVEC 40 LIGNES EN STOCK, A MEME LESQUELLES ON PEUT FAIRE SON CHOIX, ET QUI PEUVENT ETRE EXPEDIEES DE SUITE SUR RECEPTION DE VOTRE COMMANDE,** il ne saurait y avoir d'excuse de manquer de certaines pointures ou d'avoir ses casiers dégarnis.

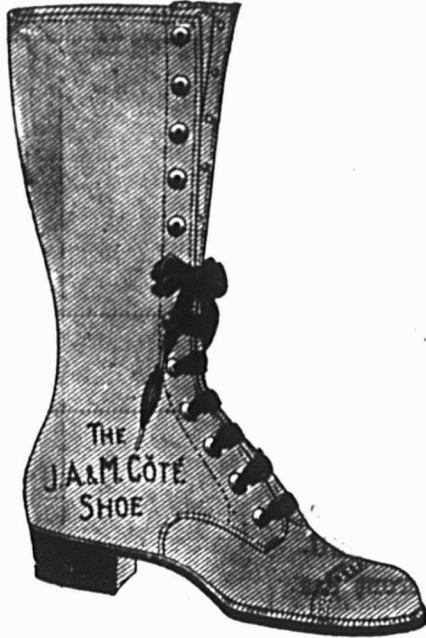
*Ecrivez-nous une carte, aujourd'hui  
et recueillez tous les renseignements concernant  
Notre Service de Chaussures en Stock*

# The Slater Shoe Co., Limited

## MONTREAL

*Fondée en 1869*

# Les Chaussures Marque Yamaska de COTE



vous valent des ventes qui se renouvellent

Cette réputation acquise par les Chaussures de la Marque Yamaska est due au fait que ceux qui ont porté les chaussures de cette marque en rachètent et les recommandent à leurs amis.

Elles vous rapportent donc des profits cumulatifs; de sorte que vous pouvez considérer la première vente comme le prélude d'autres profitables.

Il faut attribuer ce fait à leur apparence attrayante et à leur confection honnête et solide.

Tenez les chaussures de la Marque Yamaska.

Elles sont de vente profitable et contribuent à vous faire une bonne clientèle. Votre marchand de gros en a.

LA COMPAGNIE J. A. & M. COTE  
ST-HYACINTHE (P.Q.)

## CHAUSSURES POUR LE PRINTEMPS 1919



ESCARPIN  
(Pump)

PROMPTE  
LIVRAISON  
ASSUREE



OXFORD  
(Soulier)

Notre Stock de Souliers et Escarpins (Pumps) est entré dans notre département de gros. Votre ordre sera expédié le jour même de la réception de votre commande.

Ne tardez pas à nous adresser votre commande.

LA CIE DE  
CHAUSSURES

# LA RENA

LIMITEE

LIGNE GENERALE: CHAUSSURES McKAY

611 Rue Beaudry, Montréal



## PRODUITS DE CONFIANCE

Les Produits Copeland sont en tous points dignes de confiance et sont entièrement garantis contre tous défauts de manufacture.

Nous avons un fort assortiment comprenant des Chaussures Tannées à l'huile unies, cousues avec fil spécial garanti, des Chaussures tannées à l'huile pour sports, des Chaussures à semelles cousues trépointe avec fil spécial garanti, des Chaussures de Tranchées, des Chaussures d'Artillerie, des Fils spéciaux garantis pour semelles, des Chaussures de Prospecteurs, des Chaussures de Mineurs, et des Chaussures de conducteurs de billots.

Ces articles méritent votre examen et il nous ferait plaisir de saisir l'occasion de vous en démontrer les mérites.

Commandes par la malle expédiées rapidement.

**Copeland Shoepack Co.**  
Midland, Ontario



6 pouces . . . . .	\$4.50	12 pouces . . . . .	\$6.50
10 pouces . . . . .	\$6.00	15 pouces . . . . .	\$7.50

## QUALITE ET SERVICE

Notre service, la qualité et la variété de nos marchandises vous garantissent complète satisfaction.

ECRIVEZ, TELEGRAPHIEZ OU TELEPHONEZ  
et nous vous enverrons un de nos représentants vous  
montrer les derniers modèles de chaussures.

## J. R. LABELLE

58 RUE LEMOINE, MONTREAL

*Nous nous spécialisons dans les WELTS TETRAULT*

# La Prohibition Totale et la Liberté de la Province de Québec Entravée

“La population de la Province de Québec sera forcée de suivre un régime dû à des influences étrangères à la province.”  
(Montreal Gazette.)

## La Prohibition : Une Loi---La Tempérance : Une Vertu

Plus de 75 pour cent de la population adulte de la province est en faveur d'une loi qui permette la vente de la bière.

Les promoteurs de la Loi de prohibition pour tout le Canada prétendent que “toutes les provinces du Dominion, excepté Québec, sont soumises à une loi de tempérance.”

C'est s'exprimer d'une manière très inexacte. Les autres provinces ont adopté la prohibition, mais **PROHIBITION NE SIGNIFIE PAS TEMPERANCE**. La tempérance est une vertu, et Webster dit que c'est une “modération habituelle des désirs et des passions”, et spécifiquement, “modération, ou quelquefois, abstinence dans l'usage des spiritueux”, et l'abstinence c'est “l'action ou la pratique de s'abstenir, c'est-à-dire une abstention volontaire.”

**LA TEMPERANCE N'IMPLIQUE PAS L'ANNULLATION DES DROITS D'UN CHACUN**, ou la confiscation de la propriété, tandis que les deux sont des méfaits de la prohibition. Certes, tout bon citoyen considère la tempérance comme une chose désirable, et c'est également ce que notre province s'efforcera d'établir si on lui en donne les moyens; mais on cherche à enlever à notre province le soin de sa propre réglementation. La population de la province de Québec sera forcée de suivre un régime dû à des influences étrangères à la province. . . .

**CEPENDANT, P E U T-ETRE IMPOSERA-T-ON A NOTRE PROVINCE, LA LOI PROHIBANT LA FABRICATION DE LA BIÈRE.**



“Soyons Canadiens avant tout”

*Si vous vous y objectez, télégraphiez ou écrivez au premier ministre à Québec et à Ottawa.*

## L'ASSOCIATION DES BRASSEURS DE LA PROVINCE DE QUEBEC

55, rue St-François-Xavier, Montréal

# LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publication des marchands-détaillants  
du Canada, Limitée,

Téléphone Bell Est 1185.

MONTREAL.

Bureau de Montréal: 80 rue Saint-Denis.

ABONNEMENT { Montréal et Banlieue . . \$3.00  
Canada . . . . . \$2.50 } PAR AN.  
Etats-Unis . . . . . \$3.00  
Union postale, frs. . . . . 20.00

Circulation assermentée et auditée par "Audit Bureau of  
Circulations.

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

Toute année commencée est due en entier.

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

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

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

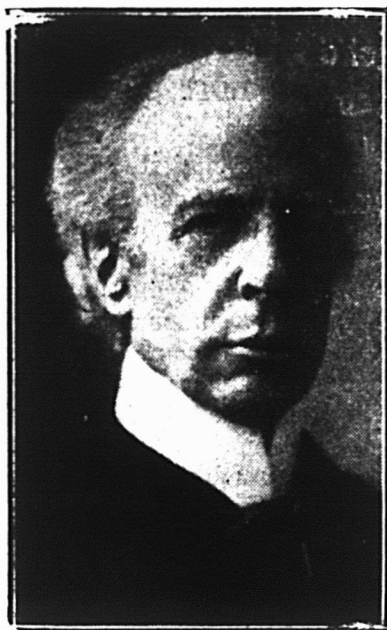
Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit:  
"LE PRIX COURANT," Montréal.

Fondé en 1887

LE PRIX COURANT, vendredi 21 février 1919.

Vol. XXXII—No 8

## SIR WILFRID LAURIER



Le Canada a perdu cette semaine, un de ses plus grands hommes d'Etat en la personne du regretté Sir Wilfrid Laurier, et la race Canadienne-française a vu disparaître celui qui lui fit le plus honneur pendant ces quarante dernières années. Les mots sont impuissants à dire la peine qui a étreint tous les coeurs à l'annonce de cette brusque et douloureuse nouvelle. Il a semblé que dans chaque foyer un parent cher et respecté venait de disparaître

à tout jamais et la consternation s'est traduite par un deuil général voilant de tristesse toute la nation canadienne sans distinction de races ni de partis.

Cette attitude spontanée d'un peuple tout entier devant la dépouille mortelle d'un homme public vaut tous les éloges, dépasse en appréciation tous les panegyriques. Mais, il ne faut pas que ce décès cause une dépression morale insurmontable parmi notre population, surtout parmi nous, Canadiens-français. Sir Wilfrid Laurier n'est pas mort pour nous, il se survit dans son oeuvre, il nous lègue un patrimoine d'honneur et de justice dont nous devons savoir user pour la grandeur de notre pays qu'il a-tant aimé et servi.

Sans vouloir récapituler les bienfaits qui se sont répandus sur nous par l'influence de sa haute personnalité, nous pouvons souligner le fait que Sir Wilfrid Laurier fut, toute sa vie durant, l'apôtre enthousiaste de l'entente entre les races qui forment la base vitale de la nation canadienne et que ses efforts multiples ont réussi à faire respecter les droits de tous suivant les nobles principes de justice dont il était l'ardent tabernacle. Et maintenant que la mort a éteint la flamme brillante de ses yeux francs, nous voyons bien que ses rudes efforts n'ont pas été dépensés en pure perte puisqu'au seuil de sa tombe, en dépit des divergences d'opinion et des heurts de toute nature, nous trouvons tout un peuple admiratif rendant hommage à celui qui lui prêcha la concorde et l'amitié. Et en lui, c'est une reconnaissance des vertus canadiennes-françaises, que les Canadiens-anglais font ouvertement à ceux de notre race, et c'est là une preuve que nous ne sommes pas si éloignés les uns des autres comme les événements pourraient le laisser croire parfois.

Sir Wilfrid Laurier est mort à son poste de combat, presque sans agonie, en pleine lutte, alerte d'esprit et de corps malgré son grand âge. Quel bel exemple pour nous et quelle leçon! Aux moments où les difficultés viendront nous assaillir et nous livrer des assauts qui nécessiteront toute notre énergie pour vaincre, rappelons-nous cette grande figure canadienne, elle nous appartient, elle est de notre histoire, elle est une de nos gloires et son rayonnement immortel sera la source féconde où notre jeunesse viendra puiser le souffle pur qui forme les hommes droits, justes et énergiques.

A Lady Laurier, qui fut la digne épouse du Grand Canadien que nous pleurons tous, et qui le seconda dans tous ses travaux par une sollicitude affectueuse de tous les instants, nous adressons l'hommage ému de notre regret sans borne.



VENDEZ LE TABAC A FUMER  
**GREAT WEST**

*IL EST DELICIEUX  
ET RAPPORTE DE  
BONS PROFITS.*

### NOTES SUR LE MARCHE D'ÉPICERIE

Les oeufs frais "à la coque" sont à des prix plus abordables.

• • •

Les fèves ont diminué de 50c le boisseau. On peut obtenir de certaines sources des fèves blanches à \$3.00.

• • •

Le tapioca est en baisse de 1c à 13c la livre.

• • •

Le miel Clover en boîtes de 10 livres est offert à 25c la livre. Le miel Buckwheat en boîtes de 60 livres est aussi moins cher, à 21c la livre.

• • •

Les fèves Lima ont baissé de 1/2c à 14c la livre en certaines places.

• • •

Le beurre est un peu moins cher, étant coté de 1c à 2c la livre de moins.

• • •

L'avoine roulée a subi une légère hausse.

• • •

Les prix ont été fixes sur les dattes Dromadary et Excelsior. En caisses de 3 douzaines, les prix sont de \$8.00 et \$7.00 la caisse respectivement.

• • •

Les raisins épépinés en paquets de 15 onces sont cotés à 13c le paquet.

• • •

L'avoine d'alimentation a décliné sur le marché de Montréal, étant cotée de 80c à 85c.

### LE SUCRE D'ÉRABLE

Le liste s'allonge des marchands qui vendent des marchandises étiquetées comme sirop d'érable et qui ne répondent pas aux exigences des règlements du gouvernement. Il ne se passe pas un jour sans que de nouveaux cas soient signalés.

Le récent bulletin publié par le Département du Commerce fait rapport de l'examen de 137 échantillons de sucre d'érable prélevés dans les différentes parties du Canada. De ce nombre, 69 furent trouvés absolument purs; 6 répondaient aux exigences légales, et 62 étaient adultérés et rendaient le vendeur passible de poursuites.

Comme on le voit, près de la moitié du sucre d'érable offert en vente est frelaté et dans de telles conditions, le marchand devrait, pour vendre ce produit, exiger une garantie qui le protège contre les désagréments d'une poursuite.

### ASSUREZ-VOUS DE LA PURETE DU MIEL

Le fait que des succédanés du miel font leur apparition sur le marché constitue un danger pour les marchands qui tiennent cette ligne, s'ils n'y portent pas une grande attention. Ces produits ne peuvent d'ailleurs pas se vendre pour du miel.

Le miel, selon l'étalon alimentaire, est "uniquement le produit du travail des abeilles butinant dans la corolle des fleurs et autres exsudations saccharines des plantes et ne contient pas plus de vingt-cinq (25) pour cent d'eau, pas plus de huit (8) pour cent de sucrose (sucre de canne), pas plus de vingt-cinq centièmes (0.25) de un pour cent de cendres, et pas moins de soixante (60) pour cent de sucre transformé."

C'est là l'étalon que tous les produits vendus comme miel doivent rencontrer et nul succédané ne peut répondre à ces exigences, de sorte que tout succédané ne peut être vendu comme miel sans entraîner la condamnation à une forte amende.

### LA CONSOMMATION DU SUCRE AU CANADA

D'après les statistiques qui viennent d'être rendues publiques, la consommation totale du sucre de canne pour l'an passé au Canada, s'est élevée à 765,613,368 livres.

### L'HUILE D'OLIVE GRECQUE

Les estimations de la production d'huile d'olive en Grèce pour la saison qui vient de finir portent la quantité à 31,702,800 gallons, soit approximativement 30 pour cent de plus que la production de l'année précédente. La récolte se répartit comme suit: Crète, 12,495,500 gallons; Mitylène, et les Iles Sporades, 7,833,000 gallons; Epire, 1,305,500 gallons; Péloponèse et Polion, 6,714,800 gallons; Grèce proprement dite, 1,678,500 gallons.

Les prix actuels se rangent de \$2.51 à \$2.64 le gallon.

### CE QUE LE MARCHAND DOIT CONNAITRE

Le marchand qui marche à l'aveuglette sans connaître les bases fondamentales de son commerce est destiné à disparaître surtout en ces temps où une concurrence acharnée s'apprête comme conséquence du mouvement de réorganisation économique, qui suivra la signature de la paix. Il est donc important que tout marchand connaisse exactement les points essentiels de son entreprise. M. Henry H. Lethert dans un article publié dans le "System Magazine" de février donne la liste suivante des données que les livres du marchand devraient montrer continuellement:

1. Combien d'argent vous avez.
2. Le montant de votre capital en actions ou obligations et en actif convertible rapidement.
3. Le montant de votre argent investi en marchandises ou en matériel d'inventaire.
4. Combien vous devez aux autres.
5. Combien les autres vous doivent.
6. A combien s'élèvent vos ventes.
7. Quels profits vous faites.
8. A combien s'élèvent vos dépenses.
9. De quelle nature sont vos dépenses.

Ce sont là les données minima que vos livres devraient montrer.

### LE CANADA A BESOIN DE PLUS DE SIROP

Tout ce qui a été fabriqué de sirop et de sucre l'an dernier a été vendu à de bons prix; les prix de cette année sont aussi avantageux. Notre commerce d'exportation se développe et nos marchands demandent du sirop, encore du sirop et du sirop de qualité supérieure. Retirez de votre érablière tout le profit possible; entaillez tous les érables dont vous pourrez utiliser la sève. Il n'est d'ailleurs pas plus difficile de faire bouillir la sève de 50,000 arbres que celle de 500.

## COMMENT UN MARCHAND DE PEINTURE INTELLIGENT CONVAINCT UN CLIENT SCEPTIQUE.

Le client entre dans le magasin de quincaillerie et commence à examiner la carte des échantillons de couleurs donnant au peintre amateur une idée de l'apparence qu'aura l'article fini. Il avait l'intention de peindre bien des choses: le plancher de sa cuisine, sa véranda, le tuyau même qui lui sert de cheminée.

Il choisit une petite boîte de peinture d'une chopine à peu près. La boîte porte le nom d'un manufacturier bien connu.

—Combien cette boîte? demande l'acheteur.

—Soixante cents, réplique le marchand.

Son programme de peinture est immédiatement réduit dans l'idée du client. Il ne songe plus à peindre sa véranda, son tuyau; il va se contenter de donner une seule couche de peinture au plancher de sa cuisine.

Il se hâte immédiatement de dire au marchand: "Mais pour 85 cents, je pourrais avoir une pinte de bonne peinture en l'achetant d'une maison vendant par la poste. Vous me demandez presque le double de ce prix. J'aime bien à faire affaires avec les magasins de la localité, mais pas au point de me baisser exploiter de cette manière."

### UN MARCHAND INTELLIGENT

Le marchand a le bon esprit de pas se formaliser de ce que vient de lui dire son futur client. Il ne se hâte pas de lui dire d'aller acheter sa peinture où il peut l'avoir à meilleur marché. Il s'aperçoit que ce qui occupe présentement l'esprit du peintre amateur c'est l'idée de payer 65 cents pour une chopine de peinture quand un magasin venant par la poste peut lui en envoyer deux fois plus pour 85 cents.

Le client ne connaissait absolument rien de la peinture. Il savait tout simplement que de la peinture rouge était de la peinture rouge. Il n'avait jamais étudié la question et le marchand ne se fâcha pas d'être accusé de voler le public. Ce n'était pas la première fois que cette objection lui était posée et il avait toujours évité toute discussion acrimonieuse avec un client.

Il avait autre chose dans l'idée. Il est probable qu'il avait été souvent dans l'obligation de justifier le prix de la peinture pure quand on le comparait à celui de la peinture commune.

Il se contenta de dire à son client de passer à l'arrière de son magasin.

Là, il lui fit voir environ cinq pieds carrés de la porte arrière peinte avec deux sortes de peinture. Le travail avait été fait en même temps. La bonne peinture, celle qu'il vendait 65 cents la chopine était d'un côté. De l'autre, on avait employé la peinture que le client pensait pouvoir acheter pour 85 cents la pinte. Au-dessus de chaque peinture, il y avait une petite étiquette donnant le nom du peintre—un homme parfaitement étranger au magasin—ainsi que la date à laquelle les deux peintures avaient été posées.

### LE CLIENT VOIT LA DIFFERENCE

Les deux peintures avaient été soumises en même temps au soleil, à la pluie, à la même usure et au même lavage. Les deux peintures avaient eu à subir exactement les mêmes épreuves.

La bonne peinture avait résisté. L'autre avait une

triste apparence. Le marchand donnait là à son client une leçon pratique. Il aurait pu parler à son comptoir pendant une demi-heure—il aurait pu traiter les maisons vendant par la poste de voleurs et d'exploiteurs—il aurait pu citer statistiques sur statistiques et il n'aurait pas réussi à convaincre son client aussi facilement que l'avait fait un simple coup d'oeil sur les deux peintures de la porte arrière du magasin.

Le peintre amateur acheta la peinture de 65 cents et il en acheta plus qu'une chopine. De fait, il aurait été impossible de lui vendre à n'importe quel prix de la peinture commune. Ce n'était pas plus difficile que cela!

### QU'ON LEUR FASSE BON ACCUEIL

La Metropolitan Insurance Co., l'an dernier, avait promis au gouvernement américain de vendre pour vingt millions de ses Timbres. La vente en douze mois, atteignit cent treize millions. C'est dire que le résultat atteint dépassa largement les espérances que les plus optimistes eux-mêmes avaient formées. C'est dire surtout la formidable force de propagande des agents de cette compagnie d'assurance, qui compte parmi les plus grandes du monde et qui en est peut-être la plus puissante.

Le Metropolitan qui étend sur tout le Canada, son réseau d'assurance a pris envers le gouvernement canadien, l'engagement de lui vendre des Timbres d'Épargne de Guerre. Il est difficile de donner des précisions sur le chiffre que la compagnie a promis de vendre, mais on sait qu'il porte sur des millions. Il est permis de penser qu'il sera comme aux États-Unis, largement dépassé à la fin de la période prévue. Il n'y a pas en effet de raisons qui permettent de penser que les agents canadiens de la Metropolitan, soient moins actifs, moins énergiques et moins habiles que leurs confrères américains.

L'effort de propagande des agents de la Metropolitan va d'abord porter sur l'industrie et le commerce. Etant donné qu'ils travaillent non pour eux-mêmes, mais pour le pays qui a fait appel à leur bon vouloir patriotique, il est à souhaiter que chaque chef de maison de commerce, chaque directeur d'usine, auxquels ils vont s'adresser, leur accordera l'accueil le plus large et le plus cordial.

**A VENDRE — MAGASIN GENERAL — ETABLI DEPUIS 92 ANS.** — Propriété de campagne à vendre à Sainte-Elizabeth, Comté de Joliette, avec Magasin Général, établi depuis 92 ans. Cause, santé. Vendra à bonnes conditions. S'adresser au Propriétaire: **A. H. BEAULIEU, SAINTE-ELIZABETH, CO. JOLIETTE, P.Q.**

### VOYAGEUR DEMANDE

Voyageur spécialiste en relations avec le commerce de gros et de détail dans l'Est de la Province de Québec demandé pour résider dans la cité de Québec. Voyageur de premier ordre, parlant anglais et français. Fournir copies de références et indiquer âge et salaire désiré dans la première lettre.

S'adresser par lettre seulement, à:

**W. CLARK, Limited,**  
83 rue Amherst, Montréal.

# La Banque d'Épargne de la Cité et du District de Montréal

## SOIXANTE-DOUZIÈME RAPPORT ANNUEL

Montréal, le 10 février 1919.

A l'assemblée annuelle de la BANQUE D'ÉPARGNE DE LA CITE ET DU DISTRICT DE MONTREAL qui a eu lieu à midi, étaient présents.

Honorable R. Dandurand,	W. R. Miller,
Richard Bolton,	P. F. McCaffrey,
G. N. Moncel,	Henri Gérin-Lajoie,
F. W. Molson,	James Wilson,
D. A. Hingston,	Paul Ouimet,
H. H. Judah,	H. R. Hingston,
Clarence F. Smith,	Pierre Beullac.
Zéphirin Hébert.	

L'Honorable Raoul Dandurand présida et M. A. P. Lesperance, gérant général, agit comme secrétaire. Proposé par l'honorable R. Dandurand; appuyé par Richard Bolton:

Que le bilan et rapports qui viennent d'être lus soient reçus et approuvés.

Proposé par H. Gérin-Lajoie; appuyé par James Wilson: Que les remerciements de l'assemblée sont dus et par les présentes faits au Président, aux Directeurs, Gérant et autres officiers de la Banque pour l'attention qu'ils ont portée aux intérêts de la Banque durant l'année écoulée.

Proposé par Pierre Beullac; appuyé par W. D. Miller: Que Messieurs A. Cinq-Mars et Charles A. Shannon soient nommés auditeurs pour l'année prochaine, leur traitement comme tels devant être le même que celui de l'an dernier.

Messieurs P.-F. McCaffrey et Paul Ouimet furent nommés scrutateurs et le même Bureau de Direction fut réélu.

A une assemblée subséquente du Bureau de Direction, tenue ce jour, l'honorable Raoul Dandurand fut élu président et M. Richard Bolton, vice-président, pour l'année courante.

Aux Actionnaires,

Messieurs:—

Vos administrateurs ont le plaisir de vous soumettre le soixante-douzième rapport annuel des affaires de la banque et le résultat de ses opérations durant l'année expirée le 31 décembre 1918.

Les profits nets de l'année ont été de \$234,642.18, auxquels il faut ajouter le solde reporté du compte de profits et pertes de l'année dernière, soit \$214,023.56, ce qui forme un ensemble de \$448,665.74. Sur cette somme il a été payé quatre dividendes trimestriels à nos actionnaires, \$14,000.00 à la Croix-Rouge et autres oeuvres patriotiques et philanthropiques, ce qui laisse au crédit du compte de profits et pertes un solde de \$243,942.90.

Vos directeurs durant le cours de l'année, ont eu à déplorer la mort de leur collègue, l'honorable sir Evariste LeBlanc, lieutenant-gouverneur de Québec, survenue le 18 octobre dernier.

Bien que récemment élu, sir Evariste a apporté au conseil de direction un sens éclairé des affaires, un jugement droit et le prestige d'une belle réputation.

Sa place au conseil de direction a été remplie par l'élection de M. Zéphirin Hébert.

Suivant la coutume une inspection fréquente et complète des livres et de l'actif de la banque a été faite durant l'année.

Le rapport des vérificateurs et le bilan sont maintenant devant vous.

R. DANDURAND.  
Président.

ETAT DES AFFAIRES DE LA BANQUE D'ÉPARGNE DE LA CITE ET DU DISTRICT DE MONTREAL  
au 31 décembre 1918.

### ACTIF

Espèces en caisse et dans les Banques .....	\$ 8,586,768.68	
Obligations des Gouvernements Fédéral et Provinciaux .. ..	7,254,409.72	
Obligations de la cité de Montréal et autres valeurs municipales et scolaires .. ..	15,118,360.28	
Autres obligations et effets ..	1,307,403.86	
Valeurs diverses .. ..	210,000.00	
Prêts à demande et à courte échéance garantis par des valeurs en nantissement .. ..	7,591,107.92	
Fonds de Charité, placé sur obligations municipales, approuvées par le Gouvernement Fédéral ..	180,000.00	
		<b>\$40,248,049.96</b>
Immeubles de la Banque (bureau principal et quinze succursales).	\$615,000.00	
Autres titres .. ..	315,069.91	930,069.91
		<b>\$41,178,119.87</b>

### PASSIF

Montant dû aux déposants .. ..	\$33,808,573.39	
Montant dû aux dépôts spéciaux, sans intérêt .. ..	3,484,033.60	
Montant dû au Receveur-Général ..	520,452.48	
Montant dû au Fonds de Charité ..	180,000.00	
Montant dû à comptes divers .. ..	110,017.50	
		<b>\$38,103,076.97</b>

### AUX ACTIONNAIRES:—

Capital (souscrit \$2,000,000) payé.	\$1,481,100.00	
Fonds de Réserve .. ..	1,350,000.00	
Profits et Pertes .. ..	243,942.90	3,075,042.90
		<b>\$41,178,119.87</b>

Pour le Conseil d'Administration, A. P. LESPERANCE,  
R. DANDURAND, Gérant,  
Président.

### RAPPORT DES VERIFICATEURS

Ayant obtenu toutes les informations et explications que nous avons demandées, et ayant constaté l'exactitude des valeurs en caisse et examiné les valeurs détenues en nantissement pour emprunts à demande et à terme et celles représentant les placements de la Banque et ayant examiné le bilan ci-haut et l'ayant comparé avec les livres du Bureau Principal et avec les rapports certifiés des Succursales, nous sommes d'opinion que toutes les opérations de la Banque ont été faites dans la limite de ses pouvoirs et que le bilan est rédigé de façon à donner une idée vraie et juste des affaires de la Banque, ainsi que démontré par les livres de la Banque.

A. CINQ-MARS, C.A.,

C. A. SHANNON, L.I.A.,

Montréal, 4 février 1919.

Vérificateurs.



# SECTION de la CHAUSSURE



Vol. II

MONTREAL, FEVRIER 1919.

No. 2

## Dans le Domaine du Cuir et de la Chaussure

Ceux qui sont étroitement en rapport avec le commerce de chaussures depuis vingt-cinq ans ou plus, se souviennent que périodiquement il se dessine un sentiment en faveur des chaussures larges à talons bas, tant pour hommes que pour femmes. Que cette faveur soit née du désir de santé, peu importe, de toute façon, ces styles ne semblent pas devoir durer longtemps. En général, leur vente se réduit à quelques paires et rien ne saurait leur permettre d'atteindre à une grosse popularité. Il faut noter cependant actuellement une certaine agitation qui se manifeste en faveur de ces lignes.

Un rapport dit en effet : On parle du confort du pied dans l'armée et l'on dit que les soldats ont les chaussures les plus confortables du monde. D'un autre côté, on juge élégant de porter des chaussures qui soient chic. Une chaussure de fatigue imperméable avec une bonne semelle épaisse, un talon plat, très spacieux, fera partie de la garde-robe de toute femme bien habillée. Il est vraiment surprenant de voir combien sont élégantes ces chaussures lourdes. La chaussure plus large a créé une nécessité pour des bas plus épais et meilleurs, et beaucoup de jeunes femmes portent des bas de cachemire blanc, rappelant ceux du temps de nos grand'mères.

D'autre part, il nous arrive l'information que les chaussures plus hautes sont en demande, et que le Conseil du Service National du Cuir et de la Chaussure à New-York a recommandé récemment que les styles pour la chaussure de femme en 1919 soient "conformes aux exigences de l'habillement féminin, de façon à ramener l'industrie à ses conditions normales," ce qui signifie que, puisque les jupes sont plus courtes, les chaussures auront besoin d'être plus hautes.

Une autorité dans le domaine de la chaussure prétend que les chaussures hautes seront plus populaires que jamais pendant l'hiver. Les lainages de toutes descriptions sont tellement chers, que par économie on raccourcira les jupes et on les étriquera, en éliminant même les plis. Les chaussures hautes sont l'accompagnement tout naturel de jupes courtes, et peuvent être encore économiques si elles sont faites avec tiges en drap.

### La situation de la main-d'oeuvre

Il y a peu de changement dans la situation de la main-d'oeuvre. Les manufacturiers font rapport qu'ils ont de la difficulté à obtenir du bon personnel, même à présent. Encore qu'il y ait des soldats retour du front qui soient en quête d'emploi, il n'y a pas assez d'ouvriers dans la chaussure parmi les soldats de retour pour affecter considérablement l'industrie. Un grand nombre de soldats revenus qui travaillaient dans les manufactures de chaussures avant d'aller en Europe, n'ont pas l'intention de reprendre un emploi interne du moins pendant quelque temps. L'Association des Manufacturiers essaie d'intéresser ceux qui nous reviennent dans la technique et la pratique de la confection de la chaussure de façon à soulager la situation de la main-d'oeuvre et à obtenir des ouvriers habiles. Mais il faudra quelque temps encore, avant d'obtenir les résultats désirés.

### Les prix

L'impression que les prix ne tomberont pas d'ici à quelque temps prévaut parmi les acheteurs qui ont visité les centres de la chaussure tant au Canada qu'aux Etats-Unis. La situation de la main-d'oeuvre et la rareté du cuir sont telles qu'il n'y a pas de raison d'espérer une baisse du moins pour l'instant. De fait, il y a même eu tendance à la hausse dans certaines lignes.

Si les acheteurs anglais viennent s'approvisionner sur le marché canadien, ils contribueront au maintien des prix sur les chaussures régulières, car il existe un fort besoin de chaussures dans les Vieux Pays et sur le Continent.

Il y a eu de nouvelles demandes du Continent qui ont intensifié le marché. Des pays comme la Serbie et l'Italie qui n'avaient jamais auparavant songé à nous pour l'achat de chaussures, semblent vouloir s'approvisionner dans l'avenir de nos chaussures manufacturées. Pour que les manufacturiers canadiens puissent répondre à ce commerce d'exportation ainsi qu'aux demandes domestiques, il leur faudra s'empresser de se procurer le cuir nécessaire; et ce n'est pas la moindre affaire! On conçoit dès lors que les prix soient destinés à demeurer fermes pendant un certain temps.

## La Période de Reconstruction et le Commerce de Détail de la Chaussure

C'est un fait que tous les peuples ont tiré de grandes leçons de la guerre. Et les détaillants sont parmi ceux qui ont eu le plus à apprendre au cours de ces quatre dernières années. Beaucoup d'entre eux ont compris qu'il leur fallait renoncer à leurs vieilles méthodes s'ils veulent continuer à se maintenir en affaires avec chances de succès.

Il est certain que parmi les changements qui surviendront du fait de la guerre, l'art de la vente sera un de ceux qui subiront le plus de transformations. Les temps sont passés où une personne pouvait entrer dans un magasin de détail de chaussures et être engagée comme commis de vente et prendre une paire de l'essayer au client et faire la vente. A présent, il faut chaussure de la pointure demandée (ou à peu près), que l'essayage se fasse sérieusement et scientifiquement même jusqu'à un certain degré. Le personnel de vente devra, dans l'avenir, avoir une certaine connaissance scientifique et exacte des chaussures qu'il vend. Il devra connaître l'espèce du cuir, sa durée probable, l'appellation du style que ce soit une trépointe ou autre fabrication. En d'autres termes, le vendeur devra connaître sa ligne, car il lui sera demandé et exigé plus de savoir que jadis.

Comme preuve de ce que nous avançons, nous pouvons noter que de grosses maisons de commerce établissent en ce moment ce qu'on peut appeler véritablement des écoles de vente, de façon à ce que leur personnel de vente soit mieux outillé pour résoudre les problèmes parfois difficiles de la vente. Il est presque impossible au gouvernement de se charger de pareille éducation, aussi est-ce là le soin des initiatives privées qui n'ont pas oublié ce détail. Déjà beaucoup d'entre elles se sont rendues compte que pour obtenir de meilleurs résultats, il était nécessaire de perfectionner le système de vente dans ses agents principaux : les vendeurs.

Bien entendu, les petits magasins de détail ne peuvent se donner la peine d'une pareille éducation qui n'aurait pas sa raison d'être, vu le personnel limité. Mais quelque chose peut être fait cependant dans ce sens, en petit.

La guerre semble avoir éveillé toutes les classes de la société, non pas précisément aux événements de la guerre, mais aux différents sujets y relatifs, principalement ceux d'ordre économique et commercial. Les gens s'attendent à voir des améliorations en toutes choses. Ils s'attendent à un meilleur service du magasin de détail. Ils ne sauraient dire exactement ce qu'ils attendent de plus du marchand, mais instinctivement ils sont plus exigeants.

Dans les petites villes, pour que cette idée de perfectionnement dans la vente puisse se développer à la satisfaction des clients, il est nécessaire qu'une coopération plus étroite s'établisse entre les vendeurs et les patrons de magasins; que des idées s'échangent relativement aux besoins du magasin et au service qu'il peut offrir à la clientèle.

Ceci peut se réaliser par des assemblées hebdomadaires entre patrons et employés où chacun pourra franchement et librement exposer ses idées, ses initiatives, ses projets et en discuter amicalement le bien-fondé. Le patron pourra profiter de ces réunions pour instruire son personnel en faisant une démonstration pratique des articles à vendre. Il pourrait placer en-

tre les mains de ses commis le journal susceptible de leur donner de bons conseils, et par bien d'autres moyens les intéresser vivement à faire un succès de l'affaire pour laquelle ils travaillent.

En agissant ainsi, le marchand fait comprendre à ses employés qu'ils n'occupent pas la place de commis mécaniques, mais qu'ils sont en réalité des hommes "de profession", que leur jugement est apprécié et qu'ils sont considérés comme des gens capables dont le conseil est profitable.

Il ne fait aucun doute que les patrons devront changer grandement leurs méthodes d'agir. Un des changements qui ne tardera pas à se produire est celui qui tendra à écourter les heures de travail. Déjà, dans plusieurs places nous en avons l'exemple. Un signe des temps nouveaux a été donné par la maison Eaton de Toronto, qui, il y a quelques années, décidait de fermer ses magasins le samedi après-midi pendant juillet et août. Plus tard, le mois de juin fut englobé dans ce règlement, puis mai et septembre; et cette année la maison fermera ses magasins tous les samedis après-midi, et en juillet et août toute la journée du samedi. Cet exemple aura une grande influence sur les heures de travail des employés, d'autant que le mouvement part d'une maison employant des milliers de mains.

Certaines provinces étudient la chose par leurs législatures et il ne fait aucun doute que des résultats heureux en découleront.

La question de l'hygiène du magasin ne sera pas laissée dans l'ombre. Des améliorations sensibles marqueront les temps nouveaux. Les magasins spacieux, bien éclairés, confortables, prendront le pas sur les autres moins bien compris, et les forceront à effectuer des changements.

Tout le monde sait que la guerre a provoqué la hausse des salaires et nul ne croit que ceux-ci retomberont aux anciens niveaux. Les patrons doivent donc se faire à l'idée qu'ils ont à payer de plus gros salaires à leurs employés. Ils ne doivent pas oublier que puisque tous les articles de vente sont d'un prix plus élevé, la main-d'oeuvre qui est aussi un article de vente est aussi d'un prix plus élevé. Et il n'y a pas de meilleur moyen de s'attacher un bon employé capable que de lui allouer un salaire satisfaisant. Cela ne paye pas de changer constamment de personnel; il faut faire souvent bien des employés pour en trouver un de bon, et c'est chaque fois une perte de temps et perte de vente pour les mettre au courant.

Mais, reconnaissons que, si de plus forts salaires seront payés, on exigera davantage des employés. Ceux-ci devront fournir un service intelligent. Le temps du commis soupirant après l'heure de fermeture est passé. Aujourd'hui, il nous faut des vendeurs qui vendent avec leur tête, opèrent avec leurs mains, et puisent de l'enthousiasme dans leur coeur. Cela implique coopération avec les principes de la maison ou du patron. Nul bon employé ne prétendra avoir son salaire augmenté s'il ne le mérite pas. Augmentation de salaire doit marcher avec augmentation de service rendu. En un mot, le commis doit devenir plus "efficace", pour employer un mot cher aux Américains et qui dans sa brièveté renferme assez bien l'idée de ce qu'on peut attendre de l'employé de l'avenir.



## Opinion d'un Marchand-Détaillant sur le Commerce en 1919

**On fera des affaires parce qu'il y a des affaires à faire**

"Je sais comment les affaires vont aller dans ce magasin en 1919". Tel fut le point principal de la prompte réponse de l'un de nos marchands-détaillants les plus progressifs du Canada. Nous allons avoir une recrudescence d'affaires et nous prenons nos précautions. Je ne me rappelle pas d'une année qui arrive avec de plus belles perspectives que l'année mil neuf cent dix-neuf.

Maintenant, laissez-moi vous donner une opinion franche sur le problème du retour des soldats.

Du moins c'est ainsi que les journaux et les aspirants aux commissions politiques et municipales l'appellent. Mais pour moi il n'y a pas de problème. C'est un événement naturel qui suit le cours normal des choses.

D'abord, tous les soldats de retour devront être habillés avec des vêtements civils.

Mais avant d'aller plus loin dans cette démonstration, laissez-moi considérer le fait que les soldats de retour chez eux vont recevoir six mois de double paie.

On voit quelle forte somme d'argent à dépenser cela va paraître pour la majorité de ces braves après avoir été si longtemps soumis à ce régime de privations et de restrictions.

L'argent va leur couler dans les mains et une grande partie sera dépensée en amusements.

Et quelques-uns de ceux qui auront été prisonniers auront une petite fortune régulière en touchant leurs paies en retard qui sera en grande partie dépensée à leur retour dans leurs foyers.

### Ce qui fera circuler l'argent.

Maintenant on estime qu'il va revenir 400,000 hommes, qui auront tous besoin d'être réhabillés. Quel sera le prix du réhabillement de ces hommes?

Faisons une estimation au plus bas chiffre:

Un habillement complet, \$25, une paire de souliers, \$5.00, vêtements de dessous, \$5.00, un chapeau, \$3.00, deux chemises, \$4, faux-cols, cravates, mouchoirs, bretelles et autres petits articles, \$8.00, total, \$50.

La vérité est que ce chiffre doit être doublé pour la plupart de ceux qui voudront deux habillements complets et beaucoup de ces habillements coûteront plus de \$25.00. Tous voudront deux paires de chaussures. On ne parle pas ici d'aucune somme destinée à l'achat d'un pardessus. Mais gardons le chiffre initial de \$50.00.

400,000 hommes dépensent \$50.00 chacun pour s'habiller, cela signifie que \$20,000,000 seront dépensés chez les marchands-détaillants du Canada.

Il n'y a pas d'erreur dans ce montant: vingt millions de dollars et j'ai la ferme conviction que je serais plus près du chiffre en portant la somme à cinquante millions.

C'est une forte somme qui va être dépensée généralement de suite et en argent comptant.

Un autre point très important c'est le blé. — Le blé est le grand baromètre du commerce et le prix est pour rester à \$2.25 le boisseau.

Si le blé tombait à \$1.50 alors je me demande, avec effroi, comment les affaires iraient.

Mais aussi longtemps qu'il demeurera au-dessus de \$2.00, nous sommes en sûreté, je suis en sûreté, le commerce est en sûreté.

Et ne perdez pas de vue ce fait qu'il y a un grand nombre de ces hommes qui vont travailler la terre.

Laissez-moi vous citer un cas. Nous avons un jeune vendeur qui vient d'outre-mer. C'était son intention, avant son arrivée, de se mettre avec son père dans le commerce de réparations. Il vint récemment au magasin pour nous voir. Je lui demandai s'il venait avec nous ou s'il se mettait avec son père. Il déclara qu'il ne pensait pas pouvoir s'accoutumer jamais au travail d'intérieur. Nous lui demandions pourquoi? Il répondit qu'il avait travaillé trois ans en dehors et qu'il ne pouvait se faire au travail renfermé et qu'il voulait prendre une terre. Ce fut immédiatement après la guerre américaine que le grand Ouest des Etats-Unis commença à se peupler. Des milliers d'hommes se mirent aux travaux de la terre après cette guerre, et il est bien raisonnable de s'attendre au même résultat après cette guerre.

Ne pensez-vous pas que le Canada est le pays le plus favorable du monde pour un soldat de retour, qui veut s'établir sur une terre.

D'autres pays: la Russie, la Chine, l'Autriche et probablement l'Afrique-Sud ont des terres à offrir, mais le Canada est la meilleure place pour les soldats retour du front qui veulent se créer un foyer.

Mais considérons le fait de ceux qui font de la culture actuellement. Il y a un très gros problème pour ceux qui sont déjà ici. Ne savez-vous pas qu'ils ont l'Europe à nourrir? C'est pourquoi il y aura un plus grand appel pour la production, cette année, qu'il n'y en a jamais eu.

La guerre est pratiquement finie, mais cela ne veut pas dire que les greniers sont remplis puisque la guerre est arrêtée. L'Europe est vide et dépouillée en ce qui concerne la nourriture. Vous attendrez jusqu'à ce que les demandes arrivent et vous verrez que le Canada aura les mains pleines pour fournir la nourriture aux pays dévastés. Partout où un pays élève des troupeaux il n'y a jamais de crainte de manque de travail.

Un point de vue déplorable au sujet des soldats de retour est que le public se figure que c'est un problème gigantesque. On dit: "Quel grand nombre d'hommes que 400,000. Comment va-t-on faire pour les accommoder? et autres questions de ce genre. J'admets que 400,000 hommes est une grande masse de peuple et s'ils étaient débarqués sur un seul point ce serait une assez grosse démonstration.

Mais n'oublions pas qu'ils ne seront pas débarqués ni laissés sur un seul point. Reportons-nous au temps où l'on procédait à l'enrôlement de l'armée. Le public disait que l'on ne pourrait jamais arriver à lever un si grand nombre d'hommes. Mais le montant d'hommes fut enrôlé et personne n'a trouvé que ce fut un grand effort. Les affaires se conduisent de la même façon. On ne les a pas enrôlés dans une seule place. On les a choisis parmi huit millions d'hommes et le pourcentage n'a pas été celui qui aurait pu être si le recrutement s'était fait dans une seule localité. L'effet sera le même au retour de ces hommes. On ne les laissera pas dans une seule petite place.

Lorsque 400,000 hommes ont été levés d'un bout à l'autre du Canada et parmi notre population de huit

millions, leur retour ne produira pas autant d'effet que beaucoup se l'imaginent. En fait je suis fermement d'opinion que le rétablissement des conditions sur une base de paix sera si graduel que beaucoup ne s'apercevront pas qu'il a eu lieu.

Il y a aussi un autre point de vue qui pourrait apporter un changement plus tard si non actuellement: Nos soldats se sont trouvés en Europe en contact continu, épaulé à épaulé, avec les Français, les Italiens, les Belges et autres. Quel sera le résultat de cela?

Ces hommes diront: "Pourquoi les Canadiens sont-ils venus de si loin combattre avec nous et pour nous?" Et considérant l'argent de leur paie de soldat qui est de quelques sous par jour avec celle des Canadiens qui est de plus d'un dollar, ils penseront: Le Canada doit être un grand pays, un pays où coulent d'abondance, le lait et le miel. Et considérant quelle sorte de compagnons ils sont, voyant que, du simple soldat aux officiers ils sont tous bien élevés, ils se diront: "Ce pays

du Canada doit être un grand pays. j'irai dans ce pays".

Et d'après ce raisonnement il arrivera que nous aurons ici, à bref délai, un très fort courant d'Européens venant pour s'établir au Canada. Et ce qu'il y a de bon, c'est que nous avons de la place pour eux. Les Etats-Unis, sur un espace moins vaste, ont une centaine de millions d'hommes contre nous huit millions.

Certainement, nous ne sommes pas aussi tassés qu'eux. Comme je l'ai dit, nous avons beaucoup de commerce en expectative cette année, et nous ferons des affaires parce qu'il y en a à faire.

Nous ne serons pas pris par défaut. Nous avons une augmentation de commerce légitime et un petit extra pour la bonne mesure. Et comme nous sommes en affaires nous en profiterons.

Aussi n'ai-je aucune appréhension pour les affaires, dans cette année de 1919.

## *Le Retour des Marchandises et ses Inconvénients*

Nous savons tous la perte et le dommage qui résultent du retour des marchandises qui ont été achetées ou manufacturées et expédiées à notre client sur sa propre commande. Nous n'ignorons pas le travail qui a été consacré à l'achat de ces marchandises, à leur choix, à leur pointage, à leur emballage, à leur expédition et nous savons que lorsqu'elles nous reviennent, généralement en boîtes brisées, il est nécessaire de les remettre en boîtes non sans frais, et lorsqu'elles nous reviennent en fin de saison, nous devons fréquemment les vendre d'occasion en en réduisant considérablement le prix.

Nous savons en outre, que les chemins de fer ont été chargés de fret pendant la période active de guerre et que toute marchandise qui a été expédiée et réexpédiée sans nécessité n'a fait qu'ajouter à la situation compliquée et entraver l'essor de nos industries.

Chaque fois que cette question du retour des marchandises a été étudiée, on a été forcé d'admettre que trop fréquemment nos voyageurs encourageaient le retour de ces marchandises, non pas parce qu'elles étaient défectueuses ou parce qu'elles n'avaient pas été achetées, mais parce que le client trouvait que ces marchandises ne se vendaient pas ou parce qu'il était temporairement surchargé de stock. Pareille pratique tend malheureusement à se répandre au préjudice du manufacturier ou du marchand de gros.

Du fait qu'il est fait constamment la suggestion au marchand qu'il peut retourner les marchandises achetées, l'impression se répand de plus en plus dans le commerce qu'il est parfaitement régulier de retourner les marchandises de toute sorte, sans considération du temps pendant lequel elles ont été en magasin et le marchand s' imagine volontiers que le marchand de gros et le manufacturier sont organisés de telle sorte qu'ils peuvent disposer aisément de ces marchandises. Il s'ensuit que l'achat, dans l'esprit du client, n'entraîne aucune idée d'obligation. Le marchand en arrive à se figurer qu'une commande ne représente pas un contrat, que lorsqu'il a commandé des marchandises à une maison, il peut ne pas respecter son achat,

et qu'il a le droit en les recevant de faire son choix et d'en envoyer une partie.

Se rend-on compte de la dépréciation engendrée par le retour de ces marchandises? Le rapport d'une grosse maison indique que les retours d'un seul territoire s'élèvent à 1½ pour 100, tandis que les retours d'un autre territoire, représentent 19 pour 100. Et si l'on cherche la raison de ces retours dommageables, on n'en trouve qu'une: la fausse éducation imprégnée par le voyageur à ses clients.

Ceci admis, notre première attention pour résoudre ces difficultés est de remonter à la source du mal, aux voyageurs de commerce. Il est nécessaire de leur impliquer l'idée de faire comprendre à leurs clients qu'une obligation est créée par les achats et que lorsque les marchandises ont été expédiées comme commandées, elles ne peuvent être retournées.

Un gros manufacturier nous disait récemment qu'il avait pris des mesures sévères à l'égard de ceux qui retournent les marchandises régulièrement. Nous avons — disait-il — certains clients qui trouvent absolument impossible de conserver un envoi complet de marchandises et qui se croient obligés de, retourner une partie des objets qui leur sont facturés.

Nous avons donc établi un système qui classe ces clients comme indésirables pour le monde commercial et nous croyons que le travail fait par les agences de renseignements relatif aux noms de ces comptes indésirables produira son effet.

En jugeant le degré de solvabilité d'un client, nous devons tenir compte s'il a l'habitude de retourner des marchandises sans raison, car c'est là un facteur qui a son importance dans l'octroi d'un crédit. Nous avons entrepris une campagne éducationnelle pour réduire à son minimum cette pratique désastreuse du retour des marchandises, et nous comptons sur la bonne volonté individuelle de chaque marchand pour seconder nos efforts dans cette voie.

Nous disons à nos clients combien nous sommes au regret de noter le retour de la marchandise expédiée; que nous nous sommes conformés exactement aux ter-

mes de leur commande et qu'ils seraient bien aimables de nous dire ce en quoi nous avons motivé pareil retour. Nous ajoutons que le retour de ces marchandises nous cause un grand préjudice en même temps qu'il déprécie le magasin qui le fait et que dorénavant nous prendrons les mesures voulues pour éviter pareil retour.

Nous expliquons aux détaillants en quoi consiste la perte. Nous leur démontrons que ces marchandises doivent être remises en boîtes parce qu'elles nous reviennent ordinairement en cartons brisés, et que si elles nous arrivent quand tout le lot est vendu nous devons en disposer à cinquante cents dans la piastre. Nous soulignons aussi les frais de transport, de réemballage, de camionnage, etc., qui en résultent. Et nous montrons ainsi aux marchands qu'il doivent, dans la

mesure du possible, se dispenser de ces retours soucieux qu'ils doivent être de respecter leurs engagements.

Bien entendu, les marchands de détail et les voyageurs ne sont pas toujours responsables de cette pratique dommageable. Les expéditeurs, manufacturiers ou marchands de gros en sont souvent la cause initiale, parce qu'ils n'observent pas les termes de la commande; qu'ils remplacent tel article demandé par tel autre; qu'ils forcent la quantité; qu'ils essayent de passer des articles quelque peu détériorés; qu'ils changent le prix consenti, etc., etc. Et puisqu'il est admis que le retour des marchandises est préjudiciable tant au détaillant qu'à l'expéditeur, chacun devrait y mettre du sien pour éviter cette pratique dont nul ne saurait tirer un avantage réel.

## RENSEIGNEMENTS DU DISTRICT DES TROIS RIVIERES

### BUREAU D'ENREGISTREMENT

#### Cité et District des Trois-Rivières

Semaine du 10 au 18 février.

Quittance—Ursulines des Trois-Rivières à Jos. M. Dalton.  
Curatelle à substitution—Succession J. E. Héту.

Obligation—Albert Giguère à Fabrique Saint-Bernard.

Vente—J. T. Gélinas à Napoléon Morin.

Obligation—Achille Houle à Octave Bédard.

Vente—Jeffrey Ayotte à Ferdinand Saint-Arnaud.

Vente—Ernest Mercier à Johnny Dubé.

Cession—Veuve J. A. Landry à Révérend J. A. Moreau.

Quittance—Joseph Tousignant à vérend J. A. Moreau.

Vente—Edmond Turcotte à Alfred Tremblay.

Obligation—Isaac Dupont à Eucher Masse.

Vente—F. X. Vanasse à Jules Marchand.

Quittance—Dame Cyprien Peltier à Walter Edward Roy.

Quittance—Donat Blanchet à J. A. Gréner.

Quittance—Narcisse Lepage à Edmond Turcotte.

Donation—Trefflé Paquin à Hercule Paquin.

Vente—Jos. E. Ménard à Octave Simon.

Vente—Hormisdas Melançon à Hector Bellerive.

Vente—Cie des Terrains Shawinigan Falls à Joseph Vallières.

Obligation—Joseph Vallières à Alph. et André Baril.

Quittance—Cie des Terrains Shawinigan Falls à Alfred Sauvageau et al.

Vente—Révérend J. A. Moreau à Veuve J. E. Genest.

Obligation—Veuve J. E. Genest à Caisse Populaire des Trois-Rivières.

Vente—Pierre Poudrier à Ephrem Juneau.

Quittance—Shawinigan Water and Power Co. à Com. d'écoles de Shawinigan Falls.

Vente—Shérif des Trois-Rivières à Joseph Blais.

Vente—La Cie des Terrains Shawinigan Falls à Jules Dumaine.

Transport—P. E. Buisson à Freddy Gélinas.

Obligation—Hercule Paquin à Ovilla Vincent.

Quittance—Veuve Uldoric Gélinas à Honoré Deschênes.

Vente—Alfred Beaudry à Dr J. E. Colin.

Vente—Joseph Duval à Achille Desaillier.

Obligation—Donat Blanchet à Joseph Pratte.

Vente—Edmond Boisvert à Onésime Blanchet.

Quittance—Dame Honoré Labrèche à Ludger et Philippe Marcoullier.

Quittance—Moïse Gélinas à Edmond Boisvert.

Quittance—Veuve Uldéric Gélinas à nat Blanchet.

Donation—Hilaire Guay à Xavier Guay.

Déclaration sociale.—E. Dallaire.

Déclaration sociale—E. Dallaire et Cie.

Vente—Lucien Blouin à Donat Dupont.

Mainlevée—Jos. et Nap. Guilbert à Wellie Dupont.

Obligation—Mathias Bastarache à Antonio Héroux.

Transport—Dame J. A. Frigon à Caisse Populaire d'Almaville.

Vente—La Cie des Terrains Shawinigan Falls à George Mercier.

Vente—Arthur Lacerte à Joseph F. Lacerte.

Vente—Hector Bastarache à Rodolphe Camirand.

Transport—F. X. Vanasse à D. Chenevert.

Obligation—F. X. Vanasse à Dame Narcisse Fontaine.

Vente—Philippe Alarie à Joseph Saint-Ours.

Vente—Médéric Saint-Jean et ux à Alexandre Desmarais.

Vente—Cie Immobilière des Trois-Rivières à G. A. Bistodeau.

Vente—Cie Immobilière des Trois-Rivières à Albert Richard.

Vente—Veuve Napoléon Goudreau à Elle et Clothilde Rivard.

Obligation—Dame Adjutor Germain à Cie Mutuelle d'Immeubles.

Obligation—Azarias Germain à Cie Mutuelle d'Immeubles.

Quittance—Cie Immobilière des Trois-Rivières à F.-X. Vanasse.

Quittance partielle—Dame F. F. Farmer à F. X. Vanasse.

Vente—Donat Deveault—Comeau à Henri Bureau.

### CITE ET DISTRICT DES TROIS-RIVIERES

Semains du 10 au 18 février

#### JUGEMENTS — COUR SUPERIEURE

Alexandre Boisvert vs La Compagnie de Granit Artificiel Ltée., \$179.33.

Georges Venire Nicol vs La Compagnie de Granit Artificiel Ltée., \$270.

#### COUR DE CIRCUIT

The De Laval Co., Ltd., vs F. A. Papin, \$12.90.

Charles Gauthier vs Louis Fréchette, \$31.00.

Rosario Thiffault vs Joseph Thiffault, \$15.00.

Flavien Rocheleau vs Donat Mongrain, \$4.00.

Arthur Veillette vs Arthur Déglise, \$90.

Adélar Tremblay vs J. E. Duhamel, \$51.11.

Arthur Duval vs Achille Martin, \$11.

A. A. Germain et Fils vs François Cloutier, \$65.53.

Honorable Jacques Bureau et al vs Joseph Labonne, \$20.00.

Athanase Boisvert vs Ovilla Champoux, \$10.77.

Cyrille Perreault vs Eusèbe Baron, \$4.

Charles Gauthier vs V. Garceau, \$2.63.

Josaphat Blais et al vs François Livernoche, \$24.71.

Jos. Cossette vs Donat Pratte, \$23.54.

Xavier Arcand vs J. Octave Sauvageau, \$43.50.

O. Jacques vs La Manufacture de Seaux et de Boîtes Ltée, \$47.20.

#### JUGEMENT COUR SUPERIEURE

P. Frawley vs C. Roux de Tingwick, action du demandeur renvoyée.

## GILLETT'S LYE



**Epiciers:** LA LESSIVE GILLET DEVRAIT ETRE EMPLOYEE DANS CHAQUE MAISON. EXPLIQUEZ A VOS CLIENTS QUE LA LESSIVE GILLET EST LE MEILLEUR ADOUCISSANT D'EAU CONNU ET QU'ELLE DEVRAIT ETRE EMPLOYEE PARTOUT OU QUELQUE LAVAGE EST A FAIRE. ELLE N'ADOUCE PAS SEULEMENT L'EAU, MAIS DOUBLE LE POUVOIR DE NETTOYAGE DU SAVON ET REND TOUT SAIN ET HYGIENIQUE. VOUS POUVEZ AUGMENTER DANS DE BONNES PROPORTIONS VOS VENTES DE CET ARTICLE EN ATTIRANT L'ATTENTION DE VOS CLIENTS SUR SES PROPRIETES ET ILS VOUS EN REMERCIERONT. IL N'Y A QU'UNE SEULE LESSIVE GILLET ET ELLE EST TOUJOURS D'UNE QUALITE EGALE ET SUPERIEURE—ET DIFFERENTE DES AUTRES.

LA LESSIVE DE GILLET CONSOME LA CRASSE

E.W.GILLETT COMPANY LIMITED

WINNIPEG TORONTO, ONT. MONTREAL



La Marque  
Brunswick  
est l'étalon de Qualité  
des Aliments Marins



**V**OUS pouvez toujours recommander les lignes de la Marque Brunswick. Le soin apporté au choix du tout meilleur poisson et la mise en boîtes scientifique et sanitaire garantissent toujours la qualité de la Marque Brunswick.

Regarnissez votre stock des produits suivants:—

1/4 SARDINES A L'HUILE  
1/4 SARDINES A LA MOUTARDE  
FINNAN HADDIES (Boîtes ovales et rondes)

KIPPERED HERRING (Hareng saur)  
HARENG SAUCE AUX TOMATES  
CLAMS  
SCALLOPS

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

Licence de la Commission des Vivres du Canada No 1-603

# Le Marché de l'Alimentation

## LES VERRES DE LAMPE EN HAUSSE — LA GLYCERINE EN BAISSÉ

Il y a eu une hausse de 5c la douzaine dans les prix des verres de lampes No. 2. Ceux-ci sont cotés à présent à \$1.30 et \$1.35 la douzaine en caisses de 3 et 6 douzaines. La glycérine est légèrement en baisse. Les bouteilles d'une once sont cotées à 95c au lieu de \$1.10 avant, tandis que celles de 2 onces sont en baisse de \$1.90 à \$1.65.

## LES PEANUTS EN BAISSÉ — LES NOIX IMPORTEES A 86 CENTS

Les noix écalées peuvent à présent être importées, l'embargo ayant été levé, mais aux derniers prix donnés, il en coûtera 86c la livre pour en importer, droits payés. Les approvisionnements sur place se vendent de 73 à 75c.

Les peanuts écalées sont en baisse légère, les approvisionnements étant abondants. On vend les peanuts rôties, extra grosses, 0.20-0.21; les grosses, 0.16-0.20; les moyennes, 0.14-0.16. Les peanuts salées, entières, de fantaisie, la livre, 0.40, les "fancy splits", 0.35, les espagnoles, 0.25-0.27.

## MIEL — PRODUITS D'ERABLE

**Sirop d'érable:—**  
Boîtes 10 livres, 6 à la caisse, la caisse . . . . . \$15.10  
Boîtes 5 livres, 12 à la caisse, la caisse . . . . . 17.10  
Boîtes 2½ livres, 24 à la caisse, la caisse. . . . . 18.50  
Sucre d'érable (nominal) . . 0.28  
à . . . . . 0.30

**Miel clover:—**  
Comb (fancy) . . . . . 0.30  
Comb (No. 1) . . . . . 0.28  
En boîtes, 60 livres . . . . . 0.26  
En seaux 30 livres . . . . . 0.27  
En seaux 10 livres . . . . . 0.28  
En seaux 5 livres . . . . . 0.28  
Miel buckwheat — boîtes ou barils . . . . . 0.23

## FRUITS

**Pommes:—**  
Baldwins No. 1 . . . . . 8.00 10.00  
Blenheims . . . . . 5.00 5.50  
Greenings . . . . . 8.00 10.00

McIntosh rouges (supérieures) . . . . . 8.50 10.00  
Grovensteins No. 1 . . . . . 4.50 5.50  
Spys . . . . . 8.00 10.00  
Russets . . . . . 8.00  
Kings No. 1 . . . . . 8.00 10.00  
Kings No. 2 . . . . . 8.00  
Wagners . . . . . 8.00  
Pommes (en boîtes) . . . . . 3.50 3.75  
Bananes, (grosses de fantaisie) régime . . . . . 4.50 4.90  
Cranberries, baril . . . . . 20.00 25.00  
Cranberries, gallon . . . . . 1.00 1.25  
**Grapes:—**  
Spanish Almeria, keg (épaisses) . . . . . 9.00  
do (moyennes) . . . . . 7.50 8.00  
Emperor, keg . . . . . 7.50  
Grapefruit (fancy Porto Rico) . . . . . 5.50 6.00  
Citrons (fancy nouveaux de Malaga) . . . . . 6.00  
Citrons (Californie) . . . . . 5.25 5.50  
Poires (Calif.) grandeur 110. . . . . 5.50  
Oranges Porto Rico . . . . . 4.50 5.00  
Oranges Florida . . . . . 5.00  
Oranges Calif. (gros-seur 200) . . . . . 6.00 6.50  
Oranges (Calif.) 100-126 . . . . . 5.50  
Oranges mexicaines . . . . . 5.00

## LEGUMES

Le prix des pois verts s'est élevé. Ils se vendent actuellement à \$5.00 le panier. La laitue de Boston est un peu moins chère à \$4.00 la boîte. Les pommes de terre maintiennent leurs prix de \$1.60 à \$1.90 le sac, selon qualité, le céleri de Californie est en baisse de \$2.00, étant coté de \$11 à \$12 la crate.

## LE FOIN PRESSE

Foin No. 1 mil, \$25.00. No 1 légèrement mélangé de trèfle, \$24; foin No. 2 mil, de \$22 à \$23; No 2 mélangé de trèfle, \$23; et foin No 3 mil, \$22, la tonne, ex-voie.

## LE MARCHÉ DU GRAIN

Les cotations du marché local du grain s'établissent comme suit:  
Avoine de l'ouest canadien, extra No. 3 . . . . . 0.76½  
Avoine d'alimentation No. 1 . . . . . 0.75  
Avoine de l'Ontario No 2 blanche . . . . . 0.72  
Orge du Manitoba . . . . . 0.92 le boisseau ex-magasin.

## LE MARCHÉ LOCAL DE LA FARINE

La farine de blé de printemps standard du Gouvernement s'est vendue en lots de chars à \$11 le baril, en sacs, frets Montréal, tandis que les lots de 50 à 100 sacs se sont vendus à \$11.10 et les plus petites quantités à \$11.20 livrées, le tout avec 10c de moins par baril pour comptant sur place.

Le marché de la farine de blé d'hiver demeure calme, la demande n'étant que pour de petits lots. Les ventes se font de \$10.20 à \$10.30 le baril en sacs neufs de coton et à \$10 en sacs de jute de seconde main ex-magasin. Les affaires sont calmes en farine de blé d'Inde et le marché est en détente de \$9.00 à \$9.10; la farine de seigle se vend à \$10.00 le baril en sac, livré au commerce.

## LE FROMAGE

Les affaires en petits fromages pour le compte domestique continuent à être bonnes et les prix sont fermes à 25c le No 1; 24½c le No. 2; 24c la No. 3.

## LES OEUFS

**Nous cotons:—**  
Strictement frais . . . . . 0.55  
Choix des glacières . . . . . 0.50  
No. 1 des glacières . . . . . 0.47

## BEURRE

Beurre supérieur de crèmerie . . . . . 0.51½ 0.52  
Beurre fin de crèmerie . . . . . 0.51 0.51½  
Beurre supérieur de ferme . . . . . 0.43 0.44  
Beurre fin de ferme . . . . . 0.42 0.42½

## LES SAINDOUX

**Saindoux purs:—**  
Tierces, 400 liv., la liv. . . . . 0.27  
Tubs, 50 liv., la liv. . . . . 0.27¼  
Seaux, 20 liv., la liv. . . . . 0.27½  
Briques 1 livre . . . . . 0.28½

## MELASSES ET SIROPS

**Sirop de blé-d'Inde:—**  
Barils, environ 700 livres .06¾  
½ ou ¼ baril, ¼c de plus la livre.  
Kegs . . . . . 0.07¼  
Boîtes de 2 livres, caisse 2 doz.,

la caisse . . . . .	4.55
Boîtes de 5 livres, caisse 1 doz., la caisse . . . . .	5.15
Boîtes de 10 livres, caisse ½ doz., la caisse . . . . .	5.85
Boîtes de 20 livres, caisse ¼ doz. à la caisse . . . . .	5.80
2 galls., seau 20 liv., chaque	2.00
3 gals., seau 38½ liv., chaque	3.15
5 galls., seau 65 liv., chaque	5.25
Sirop de blé-d'Inde blanc:—	
Boîtes de 2 livres, 2 doz. à la caisse . . . . .	5.05
Boîtes de 5 livres, 1 doz à la caisse, le caisse . . . . .	5.65
Boîtes de 10 livres, ½ doz. à la caisse, la caisse . . . . .	5.35
Boîtes de 20 livres, ¼ doz. à la caisse, la caisse . . . . .	5.30
Sirop de canne (crystal Dia- mond):—	
Boîtes 2 livres, 2 doz., à la cais- se . . . . .	7.00
½ barils, les 100 livres . . . . .	10.00
Barils, les 100 livres . . . . .	9.75
Mélasse de la Barbade—	

Prix pour l'Île de  
Montréal

Puncheons . . . . .	1.05	1.08
Barils . . . . .	1.08	1.11
½ barils . . . . .	1.10	1.13
Pour les territoires en dehors, les prix varient de 3c en-dessous.		

## FRITURES

Tierces, 400 livres, la li- vre . . . . .	0.24
Cuves, 50 liv., la liv. . . . .	0.24¼
Seaux, 20 liv., la liv. . . . .	0.24½
Briques, 1 livre . . . . .	0.25½

## LES FEVES — LES POIS

Nous cotons:	
Fèves Canadiennes, triées à la main, le boisseau . . . . .	5.00 5.40
Colombie-Anglaise . . . . .	6.10
Fèves brunes . . . . .	5.50
Japonaises . . . . .	6.00 6.50
Yellow Eyes . . . . .	6.50 7.00
Rangoon, le boisseau . . . . .	5.50 6.00
Lima, la livre . . . . .	0.17 0.19

Kidney . . . . .	7.50	8.00
Pois blancs, à soupe, le boisseau . . . . .	3.00	3.50
Pois split, nouvelle ré- colte, la livre . . . . .	0.06½	0.07

## LES SUCRES

Nous cotons:—		100 livres
Atlantic, extra granulé . . . . .	9.95	
Acadia, extra granulé . . . . .	9.95	
St. Lawrence, extra granulé . . . . .	9.95	
Canada, extra granulé . . . . .	9.95	
Dominion, crystal granulé . . . . .	9.95	
Jaune No. 1 . . . . .	9.50	9.55
Jaune No 2 . . . . .	9.45	9.55
Jaune No 3 . . . . .	9.35	9.45
En poudre, barils . . . . .	10.05	10.20
En morceaux Paris, barils à . . . . .	10.55	

## LES JAMBONS ET BACONS

On a coté dans le gros: bacons pour breakfast, 39 à 40c la livre; bacon Windsor de choix, de 42 à 43c et bacon désossé, de 44 à 45c.	
Jambons de 8 à 10 livres, à 35c la livre; de 12 à 15 livres, de 32 à 33c et de poids plus lourds, à 31c.	

## LES CAFES

Cafés rôtis:—		la livre
Bogotas . . . . .	0.38	0.41
Jamaïque . . . . .	0.31	à 0.34
Maracaïbo. . . . .	0.33½	à 0.36
Mocha . . . . .	0.37	à 0.41
Mexicain . . . . .	0.37	à 0.39
Rio . . . . .	0.30	à 0.32
Santos . . . . .	0.33	à 0.35
Cacao—		
En vrac, barils 200 liv., la liv.	0.24	
En vrac, barils 100 liv., la liv.	0.25	
En vrac, barils 50 liv., la liv.	0.26	
Prunes Greengage (sirop lé-		

## RIZ ET TAPIOCA

Nous cotons:—		les 100 liv.
Caroline . . . . .	12.50	15.00 16.50
Siam No. 2 . . . . .	9.00	9.75
Siam (fancy) . . . . .	10.50	11.00
Rangoon "B" . . . . .	8.70	9.25

Rangoon "CC" . . . . .	8.40	8.85
Mandarin . . . . .		10.00
Pakling . . . . .	8.60	8.70
Tapioca la livre (graines) . . . . .		0.13
à . . . . .		0.14
Tapioca la livre (pearl) . . . . .		0.13
à . . . . .		0.14
Tapioca la livre (flake) . . . . .		0.12½

## MARGARINE

Prints, selon qualité, la livre . . . . .	0.32	à 0.34
Tubs, la livre . . . . .		0.30

## HUILE D'OLIVES—OLIVES

Le gall.	
Huile d'olive pure, boîtes 1 gallon . . . . .	\$7.50
Huile d'olives, boîtes ¼ gall.	8.00
Huile d'olives, boîtes 5 gall.	7.00
Huile à salade, barils 50 galls.	2.50
Olives en barils, gall. . . . .	1.35
Olives Reines, gall. . . . .	1.45

## VOLAILLE

Poulets à rôtir (3-5 livres) . . . . .	0.38
Poulets à rôtir (engraissés au lait) . . . . .	0.43
Canards, Brome Lake . . . . .	0.47
Canards, jeunes domestiques	0.40
Dindes, la livre . . . . .	0.43
Oies . . . . .	0.30
Poules, vieilles . . . . .	0.36

## LE THE

Ceylan et Indes—	
Pekoe, Souchongs, la livre . . . . .	0.47
à . . . . .	0.49
Pekoes, la livre . . . . .	0.51 0.54
Orange Pekoes . . . . .	0.55 0.57
Thés du Japon—	
Choix . . . . .	0.65 0.70
Première cueillette . . . . .	0.53 0.58
Java—	
Pekoes . . . . .	0.41 0.43
Orange Pekoes, lots dépa- reillés . . . . .	0.43 0.45

Tout le Monde connaît, Tout le Monde achète



Demande  
considérable

**"RIGA"**

Vente  
assurée

Avis aux  
Commerçants

La Grippe Espagnole sévit encore. Garnissez donc vos stocks  
d'eaux purgatives "RIGA"; elles constituent un préservatif  
contre ce terrible fléau.

Dites-le à vos clients.

Vendez-leur "RIGA".

SOCIETE DES EAUX PURGATIVES RIGA, 40 rue Plessis, MONTREAL

# Catsup aux Tomates

## Marque AYLMER

Une Ligne Populaire—d'une Demande Régulière—Profitable

**BOUTEILLES EN VERRE**

8 onces—12 onces—17 onces

2 Douzaines à la Caisse

**Cruches en VERRE et en  
TERRE**

1 Gallon

4 à la Caisse

*En vente chez votre marchand de gros  
ou directement*

# **DOMINION CANNERS Limited**

**HAMILTON, CANADA**

*Licence de la Commission des Viores du Canada No. 14-12*

**PRIX COURANTS**

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

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

Chocolat Premium, pains de ½ livre et de ¼ livre, boîte de 12 onces, par livre . . . . .0.37

Breakfast Cocoa, boîtes de 1-5, ¼, ½, 1 et 5 livres. .0.41

Chocolat sucré, Caracas, ¼ et ½ de livre, boîtes de 6 livres . . . . .0.35

Caracas Tablets, Cartons de 5c, 40 cartons par boîte, la boîte . . . . .1.50

Caracas Tablets cartons de 5c, 20 cartons par boîte, 1 boîte . . . . .0.80

Caracas Assortis 32 paquets par boîte, la boîte . .1.40

Chocolat sucré, "Diamond", pain de 1-16 de livre, boîtes de 6 livres, la livre . . . . .0.30

Chocolat sucré Cinquième, pains de 1-5 le livre, boîtes de 6 livres, la livre . . . . .0.29

Cacao Falcon (pour soda chaud et froid) boîtes de 1, 4 et 10 livres, la livre . . . . .0.38

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



**BRODIE & HARVIE, LIMITED**

Farines préparées de Brodie. La doz. "XXX" (Etiquette rouge) paquets

de 3 livres . . . . .2.85

Paquets de 6 livres . . . . .5.60

Superb, paquets de 3 livres . . . . .2.75

Paquets de 6 livres . . . . .5.40

Crescent, paquets de 3 livres . . . . .2.80

Paquets de 6 livres . . . . .5.50

Buckwheat, paquets de 1½ livre. 1.70

— — — 3 livres. —

— — — 6 livres. —

Griddle.Cake, paquets de 3 liv... Paquets de 5 livres . . . . .

Pancake, paquets de 1½ livre . . . 1.90

Avoine roulée Perfection, la douzaine de paquets . . . . .3.00

Pancake, paquets de 1½ livre. Les caisses contenant 12 paquets de 6 livres ou de 2 douzaines de 3 livres, à 30 cents chaque.

La pleine valeur est remboursée pour caisses retournées complètes et en bon état seulement.

Pour les cartons contenant ½ douzaine de paquets de 6 livres, ou 1 douzaine de paquets de 3 livres, pas de frais.

Condition: argent comptant.

**HENRI JONAS & CIE**  
Montréal.

**Pâtes Alimentaires "Bertrand"**

La lb. Manquant

Macaroni "Bertrand" . . . . .

Vermicelle — . . . . .

Sphaghetti — . . . . .

Alphabets — . . . . .

Nouilles — . . . . .

Coquilles — . . . . .

Petites Pâtes — . . . . .

Extraits Culinaires "Jonas" La doz.

1 oz. Plates Triple Concentré 1.00

2 oz. Carrées — — 2.30

4 oz. — — — 4.00

8 oz. — — — 7.50

16 oz. — — — 14.60

2 oz. Rondes Quintessences 2.40

2½ oz. — — — 2.74

5 oz. — — — 4.64

2 oz. — — — 1.90

8 oz. — — — 8.00

8 oz. Carrées Quintessences, bouchons émeri 8.00

8 oz. Carrées Quintessences, bouchons émeri 9.00

2 oz. Anchor Concentré 1.20

4 oz. — — — 2.15

8 oz. — — — 3.60

16 oz. — — — 7.20

2 oz. Golden Star "Double Force" 0.95

4 oz. — — — 1.75

8 oz. — — — 3.25

16 oz. — — — 6.75

2 oz. Plates Solubles . . . . .0.95

4 oz. — — — 1.75

8 oz. — — — 3.25

16 oz. — — — 5.75

1 oz. London . . . . .0.65

2 oz. — . . . . .0.95

Extraits à la livre, de . . \$1.25 à \$4.00

— au gallon, de . . . . .8.00 à 24.00

Mêmes prix pour les extraits de tous fruits.

**Le Soda à Pâte "COW BRAND"**

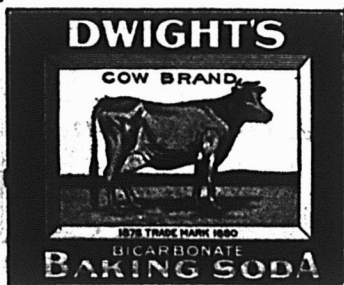
*est toujours fiable, pur, uniforme*

En raison de sa qualité fiable bien connue, de sa pureté absolue et de sa force le Soda Cow Brand est le grand favori de toutes les ménagères partout. Il se vend constamment et vous rapporte un bon profit.

*Achetez-en de votre marchand en gros.*

**CHURCH & DWIGHT**  
(LIMITED)

Manufacturiers MONTREAL



Vendez la

**POUDRE**

A

**PATE**

**"Cook's Favorite"**

Prix et escomptes sur demande

**Cafés, Thés et Epices**

**J. J. DUFFY & CO.**




117 rue Saint-Paul Ouest. MONTREAL




TELEPHONE. MAIN 58






# Essences culinaires de Jonas

LES ESSENCES QUI SE VENDENT PARTOUT ET TOUJOURS

	<b>JONAS' TRIPLE CONCENTRE</b>			<b>JONAS' ROYAL QUINTESSENCE</b>			<b>" SOLUBLE "</b>	
		Prix par Grosse			Prix par Grosse			Prix par Grosse
	1 oz.	12 00		4 oz.	60 00		2 oz.	11 40
2 oz.	22 80	8 oz.	108 00	4 oz.	21 00	8 oz.	39 00	
				16 oz.	69 00			

	<b>JONAS' TRIPLE CONCENTRE</b>			<b>" ANCHOR " PUR CONCENTRE</b>			<b>" LONDON "</b>	
		Prix par Grosse			Prix par Grosse			Prix par Grosse
	2 oz.	27 60		2 oz.	14 40		1 oz. "London"	7 80
	4 oz.	48 00		4 oz.	25 80		2 oz. "	11 40
	8 oz.	90 00		8 oz.	43 20			
16 oz.	174 00	16 oz.	86 40					

	<b>JONAS' ROYAL QUINTESSENCE</b>			<b>"GOLDEN STAR" Double Force</b>			<b>ESSENCE A LA MESURE pour les confiseurs</b>	
		Prix par Grosse			Prix par Grosse		Essence à la livre	
	2 oz.	28 80		2 oz.	11 40		Hxt.	1 25
	2 1/4 oz.	32 40		4 oz.	21 00		X	1 60
	5 oz.	55 20		8 oz.	39 00		XX	2 00
	8 oz.	96 00		16 oz.	69 00		XXX	2 50
	8 oz. carre	96 00					XXXX	3 00
				XXXXX	3 50			
				XXXXXX	4 00			

Essences de Jonas, en bouteilles, Jarres, Barillets et Barils pour Confiseurs, Fabricants de Crème à la Glace. Etc., Etc. Prix \$8 à \$24 le gallon, suivant qualité. Qualités Spéciales et Prix Spéciaux par Contrat.

**HENRI JONAS & CIE**

FABRICANTS

MAISON FONDÉE EN 1870

173 à 177 Rue Saint-Paul Ouest

MONTREAL

Vernis à chaussures. La douz  
 Marque Froment, manquant.  
 Marque Jonas, manquant.  
 Vernis militaire à l'épreuve de l'eau  
 \$3.25.

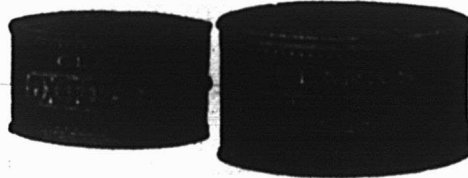
Moutarde Française "Jonas" La gr  
 Pony 3 doz. à la caisse \$13.00  
 Small 8 — —  
 Medium 2 — —  
 Large 2 — —manquant  
 No. 64 Jars 1 — —manquant  
 No. 65 Jars 1 — —  
 No. 66 Jars 1 — —  
 No. 67 Jars 1 — —manquant  
 No. 68 Jars 1 — —manquant  
 No. 69 Jars 1 — —manquant  
 Molasse Jugs 1 — —manquant  
 Jarres, ¼ gal. 1 — —manquant  
 Jarres, ½ gal. 1 — —manquant  
 Pts Perfect Seal, 1 doz., à \$32.00 par  
 grosse.  
 Qrts. Perfect Seal, 1 doz., à \$45.00 par  
 grosse.

Poudre Limonade "Mesina" Jonas  
 Petites boîtes, 3 douzaines par caisse  
 à \$15.00 la grosse.  
 Grandes boîtes, 3 douzaines par caisse.  
 à \$36.00 la grosse.  
 Sauce Worcestershire . . . . . 15.00  
 "Perfection" ½ pt. à \$15.00 la grosse,  
 1 douzaines par caisse.

**W. CLARK, LIMITED,**  
 Montréal.

Corned Beef Compressé . . . ½s. 2.90  
 Corned Beef Compressé . . . 1s. 4.90  
 Corned Beef Compressé . . . 2s. 9.25  
 Corned Beef Compressé . . . 6s. 34.75  
 Corned Beef Compressé . . . 14s.  
 Roast Beef . . . . . ½s. 2.90  
 Roast . . . . . 1s. 4.80  
 Roast . . . . . 2s. 9.25  
 Roast . . . . . 6s. 34.75

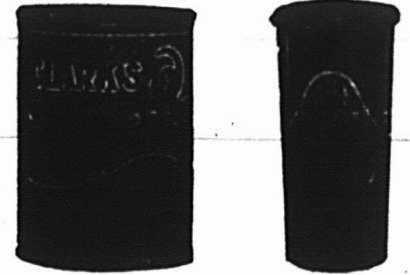
Boeuf bouilli . . . . . 1s. 4.80  
 Boeuf bouilli . . . . . 2s. 9.25  
 Boeuf bouilli . . . . . 6s. 34.75  
 Veau en gelée . . . . . ½s. 0.00  
 Veau en gelée . . . . . 1s. 0.00  
 Fèves au lard, Sauce Chili, éti-  
 quettes rouge et dorée, 4 douzai-  
 nes à la caisse, la douzaine . . 0.90  
 do, 4 douzaines, la douz. . . . . 1.25  
 do, grosses boîtes, 2 douzaines, la  
 douzaine . . . . . 2.30  
 — à la Végétarienne, avec sauce  
 tomates, boîtes de 42 livres . . 2.25  
 — au lard, grandeur 1½ . . . . .  
 Sauce Chili, la douzaine . . . . . 1.90



Pieds de cochons sans os . . . 1s. 4.90  
 Pieds de cochons sans os . . . 2s. 9.90  
 Boeuf fumé en tranches, boîtes de  
 fer-blanc . . . . . 3.40  
 Boeuf fumé en tranches, pots en  
 verre . . . . . 1s. 3.90  
 — — — en verre . . . . . ¼s. 1.80  
 — — — en verre . . . . . 2.80

Langue, jambon et pâté de veau  
 . . . . . ¼s. 2.35  
 Jambon et pâté de veau . . ¼s. 2.35  
 Viande, en pots épicées, boîtes en  
 fer-blanc, boeuf, jambon, langue  
 veau gibier . . . . . ¼s. 0.75  
 — — — en fer-blanc, boeuf.  
 jambon, langue, veau, gibier. ¼s. 1.40

— — — de verre, poulet, jam-  
 bon, langue . . . . . ¼s. 2.40  
 Langues . . . . . ¼s.  
 — — — . . . . . 1s.  
 — de boeuf, boîtes en fer-  
 blanc . . . . . ¼s. 3.90  
 — — — . . . . . 1s. 8.40  
 — — — . . . . . ¼s. 13.40  
 — — — . . . . . 2s. 17.20  
 — en pots de verre . . . . .  
 — de boeuf pots de verre,  
 . . . . . size 1½ 14.50  
 — — — . . . . . 2s. 19.70  
 Mince Meat en "tins" cache-  
 tées hermétiquement . . . . .



Mince Meat . . . . . 1s. 2.90  
 Mince Meat . . . . . 2s. 4.00  
 Mince Meat . . . . . 5s. 12.90  
 En seaux de 25 livres . . . . . 0.17  
 En cuves . . . . . 0.16  
 Sous verre . . . . . 3.25

**CANADIAN BOILED DINNER**

1s. . . . . 2.40  
 2s . . . . . 5.90

**Mince meat—**

**KETCHUP AUX TOMATES**

Bouteilles 8 onces . . . . . 3.30  
 Bouteilles 12 onces . . . . . 3.75  
 Bouteilles 16 onces . . . . . 3.40

**BEURRE DE PEANUT**

Beurre de Peanut, 16 " — ¼ — 3 1.40

Il y a un grand nombre de bonnes choses que vous pouvez dire au sujet de Gold Dust. Mais vous n'avez pas à vous arrêter pour les énumérer. Elles sont déjà toutes connues.




**FAIT AU CANADA**

**THE N.K. FAIRBANK COMPANY LIMITED MONTREAL**

Laissez faire votre ouvrage par les Jumeaux GOLD DUST.

# 100 pour 100 d'Effacité assurée

Les acheteurs de Poudre à Pâte Egg-O en redemandent toujours plus. C'est le meilleur témoignage que nous puissions offrir. Cette Poudre à Pâte est faite pour répondre aux demandes des cuisiniers experts. Elle donne 100 pour cent d'efficacité, et cette efficacité est assurée soit qu'on l'emploie au moment où on l'achète, soit plusieurs mois après. Pourquoi? Parce que nous la fabriquons de la bonne manière et la mettons en boîtes correctement.

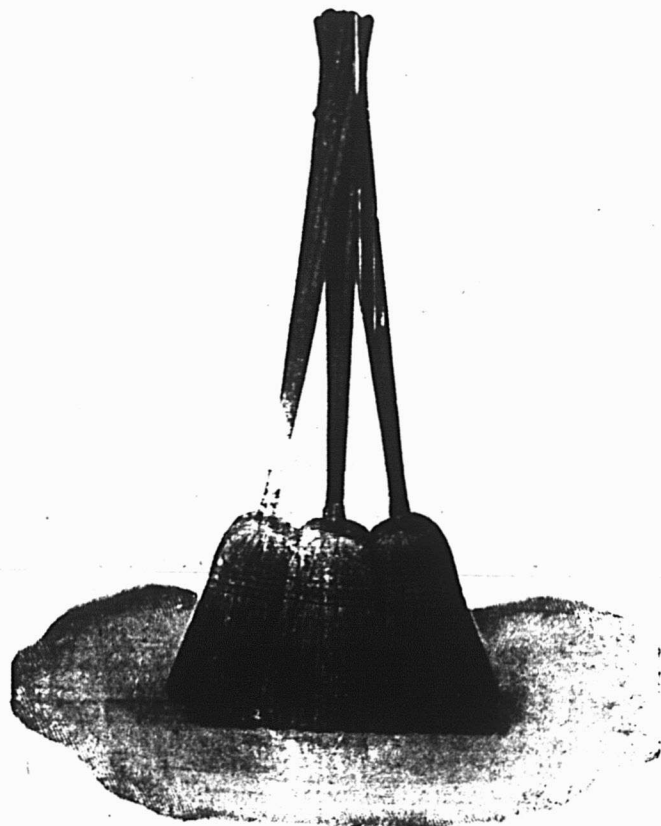
Plus de 80 pour cent de ceux qui emploient de la Poudre à Pâte aux Etats-Unis se servent d'un Poudre à Pâte combinée, parce qu'ils savent que c'est la meilleure sorte de Poudre à Pâte. Egg-O est une poudre combinée possédant tous les ingrédients qui la rendent salubre et efficace.

EGG-O EST LA SEULE POUDRE A PATE FAITE EN COMBINAISON LARGEMENT ANNONCEE SUR LE MARCHE CANADIEN. VENDEZ A VOS CLIENTS LA POUDRE A PATE QUE LA PLUPART DES GENS ACHETENT, ET ILS SERONT SATISFAITS.

Egg-O est en stock chez tous les marchands de gros.

## Egg-O Baking Powder Co., Limited

Hamilton - Canada



## Balai "Somme"

tel est le nom de

### Notre Nouveau Balai

Ce nom commémore le balayage des Allemands par les Alliés à la Bataille de la Somme.

### "Some coup de Balai"

comme on dirait en "Canayen"

Notre balai "Somme" est un balai léger de qualité parfaite, pour tapis à

**\$10.50 la douzaine**

Livraison n'importe où par lots de six douzaines.

**The Parker Broom Co.,**  
OTTAWA

Toute maison de gros peut vous en fournir.

Beurre de Peanut, 17 . . . . . 0.20  
 Seaux, 24 livres . . . . . 0.28  
 Seaux, 12 livres . . . . . 0.29  
 Seaux ' livres . . . . . 0.31  
 Clark's Fluid Beef Cordial, bouteilles de 20 onces, 1 douzaine par caisse, la douzaine . . . . . 10.00  
 Clark Fluid Beef Cordial, bout. de 10 onces, 2 douz. par caisse, la douz. . . . . 5.00  
 Feves au lard, sauce tomate, étiquette bleue, 4 douzaines à la caisse, la douzaine ind. . . . . 0.90  
 do., 4 douz., la douz. . . . . 1s. 1.25  
 do., 2 douz., la douz. . . . . 2s. 2.30

**FEVES AU LARD.**

Etiquette rose, caisse de 4 douz., la douz., in . . . . . 0.85  
 do., 4 douz., à la caisse, douz. . . 1.15  
 do., 2 douz., à la caisse, la douz. 1.95  
 do., grosses boîtes, 6s. 1 douz., la douz. . . . . 10.00  
 do., grosses boîtes 12s. 1/2 douz., la douz. . . . . 18.00  
 Pork and Beans, Tomato, 1 1/2 . . . 1.90  
 Pork and Beans, plain, 1 1/2 . . . 1.65  
 Veau en gelée . . . . . 0.00  
 Hachis de Corned Beef . . . 1/2 s. 1.90  
 Hachis de Corned Beef . . . 1s. 3.90  
 Hachis de Corned Beef . . . 2s. 5.90  
 Beefsteak et oignons . . . 1/2 s. 2.90  
 Beefsteak et oignons . . . 1s. 4.00  
 Beefsteak et oignons . . . 2s. 8.90  
 Saucisse de Cambridge . . . 1s. 4.40  
 Saucisse de Cambridge . . . 2s. 8.40

**KLIM**

Petites boîtes, 48 d'1/4 de livre, la caisse . . . . . 5.85

Boîtes de famille, 24 d'1 livre, la caisse . . . . . 8.40  
 Boîtes d'Hôtel, 6 de 10 livres, la caisse . . . . . 18.75

**CHURCH & DWIGHT**

Cow Brand Baking Soda.



ment.  
 Empaqueté comme suit:  
 Caisnes de 96 paquets de 5 cents . . . . . \$3.45  
 Caisse de 60 paquets de 1 livre. \$3.45  
 — — 120 — de 1/2 livre. 3.65  
 — — 30 — de 1 livre. . . . .  
 et 60 paquets mélangés, 1/2 livre. 3.65

**PRODUITS B. T. BABBITTS**

Nous cotons:  
 Poudre de savon 1776, caisse de 100 paquets . . . . . 5.65



Nettoyeur Babbitt, caisse de 50 paquets . . . . . 3.10  
 Nettoyeur Babbitt, (Kosher), caisse de 50 paquets . . . . . 3.10  
 Lessive Pure Babbitt, caisse de 4 douzaines . . . . . 5.95

Port payé pour envois de 5 caisses et plus, ne dépassant pas un fret de 21 cents les 100 livres.

**BALAIS DE PARKER BROOM CO.**

Spécial, 21 livres . . . . . 8.25  
 Rideau, 22 à 23 livres . . . . . 9.00  
 No. 3, 24 à 25 livres . . . . . 10.00  
 Electric, 24 à 25 livres . . . . . 10.50  
 Carpet, 27 livres . . . . . 11.25  
 Somme, 21 livres . . . . . 10.50  
 Daisy, 25 livres . . . . . 13.00  
 Parker, 27 livres . . . . . 15.00  
 Lady Grey, 29 à 30 livres . . . . . 16.00  
 Heavy Warehouse, 30 livres . . . . . 11.25  
 Plain Warehouse, 30 livres . . . . . 10.75  
 Prix nets; fret payé par lots de six douzaines et plus.

**THE CANADA STARCH CO., LTD.**

Manufacturier des Marques Edwardsburg.

Empois de buanderie. La liv.  
 Canada Laundry Starch (caisse de 40 livres) . . . . . 0.09 1/2  
 — White Gloss (caisse de 40 livres), paquets de 1 livre . . . 0.09 1/2  
 Empois, No. 1, Blanc ou Bleu, (caisses de 48 liv.), boîtes en carton de 3 livres . . . . . 0.10 1/2  
 Kegs No. 1 d'Empois Blanc (caisse de 100 livres) . . . . . 0.09 1/2  
 Barils d'Empois Blanc No. 1 (200 livres) . . . . . 0.10 1/2  
 Edwardsburg Silver Gloss, paquets chromo de 1 liv., (30 livres) . . . . . 0.11 1/2  
 Empois Silver Gloss (48 liv.), en bidons de 6 livres . . . . . 0.12 1/2  
 — — (36 liv.) . . . . .  
 boîtes à coulisses de 6 livres. 0.12 1/2



**Fait un savon merveilleux dur ou mou**

Instructions complètes sur chaque boîte. Faites un bon étalage de Lessive Pure de Babbitt et vous ferez de bons profits.

Bureaux Principaux au Canada:

180 Rue St. Paul Ouest, Montréal

Agents de Vente pour le Canada:

Pour l'Est: Wm. H. Dunn, Ltd., Montréal.

Pour l'Ontario: Dunn-Hortop, Ltd., Toronto.

Pour Man., Sask., Alta.: Watson & Truesdale, Winnipeg.



**VICTORIA PAPER & TWINE CO. LIMITED**

Connue d'un Océan à l'autre.

**PAPIER A ENVELOPPER DE TOUTES DESCRIPTIONS**

**PAPIERS-TISSUS--PAPIER-TOILETTE —FICELLE—PLATS A BEURRE RITESHape**

Qualité Garantie

**DIVISION DE L'EST DU CANADA**

Département des Ventes et Magasins

**382 rue Notre-Dame Ouest  
 117 rue Saint-Maurice  
 MONTREAL**

NEW-YORK, BUFFALO, BALTIMORE, ROCHESTER, CLEVELAND, PITTSBURG, RICHMOND, MONTREAL ET TORONTO.

Nous avons été les premiers à introduire au Canada le Papier Craft.

# Refusez les Imitations Substituées



UN bon produit est toujours imité mais n'est jamais égalé---Des concurrents jaloux voient sa réputation grandir dans la faveur publique et tentent alors de lui dérober son prestige.

*Les*

*Kellogg's*

**TOASTED  
CORN FLAKES**

sont l'objet d'une grosse demande depuis plus de 12 ans. Ce sont les Céréales Standard du Canada. — Vos clients sont priés de s'assurer qu'on les leur livre bien dans le

*Paquet Rouge, Blanc et Vert*

de sorte que vous ferez bien de refuser toutes Imitations Substituées.

Les Kellogg's Toasted Corn Flakes sont faits au Canada exclusivement par

**The Battle Creek Toasted Corn Flake Co., Ltd.**

Bureau Principal et Manufacture, LONDON, Ont.

**BAKERS COCOA  
BAKERS CHOCOLATE**



Procurent de  
bons clients et  
les conservent

Registered  
Trade-Mark

Ce sont les produits sur lesquels on peut le plus compter, vendus avec une garantie réelle de pureté et de qualité supérieure; préparés en conformité avec les lois des produits alimentaires purs; ils se vendent couramment et assurent un rapide écoulement de stock.

**WALKER BAKER & CO. Limited**

Montréal, Canada  
Dorchester, Mass.  
Fondée en 1780

Licence de la Commission des Vivres  
du Canada No. 11-690

**Farines Préparées  
de Brodie**

Licence No 2-001.

**voines Roulées  
"Perfection"**

Licence No 2-034.

Le Contrôleur des Vivres ayant accordé les licences ci-dessus, les EPICIERS se trouvent pleinement protégés pour la vente de ces produits.

**BRODIE & HARVIE Limited**  
Montréal      Téléph. Main 436

**Volaille Vivante, Oeufs Frais  
Pondus et Plume**

Demandés par

**P. POULIN & CIE**

MARCHE BONSECOURS, MONTREAL

Remises Promptes. Pas de Commissions  
Demandez les prix par lettre.

TARIFS DE LOCATION  
DES CAMIONS-  
AUTOMOBILES  
\$2.00 de l'heure  
\$8.00 la 1-2 Journées  
\$15.00 la Journée  
\$80.00 la semaine

SERVICE DE NUIT AUSSI  
**MOTOR CARTAGE**  
(CAMIONNAGE PAR AUTO)  
Uptown 2009  
403 rue Bleury, MONTREAL

**Arthur Brodeur**

MANUFACTURIER

**D'EAUX GAZEUSES**

Spécialités:

IRON BREW  
GINGER ALE  
CREAM SODA  
LEMON SOUR  
CHERRY CREAM  
CHAMPAGNE KOLA

CIDRE CHAMPAGNE  
CIDRE DE POMME  
EAU MINERALE  
FRAISE  
ORANGE  
SIPHON, ETC.

35 rue Frontenac,      TELEPHONE  
LASALLE 256

TENEZ EN STOCK  
LES SAUCISSES  
ETIQUETTES



**C. & L. Enr.**

Les meilleures sur le  
marché et les plus  
appréciées.

Frankfurt, Saucisse aux Fèves et  
Porc, Saucisse au Riz et Porc, Sau-  
cisse au Saugé, Saucisson de Boulogne  
et à l'ail et jambon pressé.

TOUJOURS LES MEILLEURES  
Vendez-les et ayez des clients satis-  
faits

**COTE & LAPOINTE Enr.**  
287 rue Adam, MAISONNEUVE  
MONTREAL  
Tél. Lasalle 92.



**UNE SESSION**

DE LA COUR DU BANC DU ROI

ayant juridiction criminelle dans et  
pour le district de Montréal, se tien-  
dra au Palais de Justice, en la cité de  
Montréal,

LE SAMEDI, PREMIER MARS  
prochain, à DIX heures  
du matin.

EN CONSEQUENCE, je donne avis  
public à tous ceux qui auront à pour-  
suivre aucune personne maintenant  
détenue dans la prison commune de ce  
district et à toutes les autres per-  
sonnes qu'elles y soient présentes.

JE DONNE AVIS AUSSI à tous les  
juges de paix, coroners et officiers de  
la paix, pour le district susdit, qu'ils  
aient à s'y trouver avec tous les re-  
cords.

Le Shérif,

L. J. LEMIEUX.

Bureau du shérif,  
Montréal, 15 février 1919.

**JOSEPH FORTIER**

Fabricant-Papetier  
Atelier de reliure, reliure, typogra-  
phie, relief et gaufrage, fabrication  
de livres de comptabilité. Formules  
de bureau.  
210 OUEST RUE NOTRE-DAME  
(Angle de la rue S-Pierre), MONTREAL

**New Victoria Hotel**

H. FONTAINE, Propriétaire  
QUEBEC  
L'Hôtel des Commis-Voyageurs.  
Plan American. Taux, à partir de \$2.00

GEO. GONTHIER H.-E. MIDGLEY  
Licencié Inst. Comptable. Comptable Incorporé  
**GONTHIER & MIDGLEY**  
Comptables et Auditeurs  
10 RUE S.-FRANCOIS-XAVIER - MONTREAL  
Téléphone MAIN 2701- 9  
adresse télégraphique - "GONTHLEY"

**SIROP  
DE GOUDRON ET  
D'HUILE DE FOIE DE MORUE DE**

**Mathieu  
CASSE LA TOUX**

Gros flacons.—En vente partout.

CIE. J. L. MATHIEU, Prop.,      SHERBROOKE P. Q.  
Fabricant aussi les Poudras Nervines de Mathieu, le meilleur  
remède contre les maux de tête, la Névralgie et les Rhumes Fiévreux.



**E. W. GILLETT CO., LTD.**

Liste de prix révisée



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

Levain en Tablettes "Royal"

Caisse 36 paquets, à la caisse...\$1.70

**Poudre à Pâte Magic**



La doz.  
 6 doz. de 2 oz..\$0.85  
 4 doz. de 4 oz.. 1.35  
 4 doz. de 6 oz.. 1.80  
 4 doz. de 8 oz.. 2.35  
 4 doz. de 12 oz. 2.90  
 2 doz. de 12 oz..3.00  
 4 doz. de 1 lb.. 3.70  
 2 doz. de 1 lb.. 3.80  
 1 doz. de 2 1/2 lbs. 8.90  
 1/2 doz. de 5 lbs..16.10  
 3 doz. de 6 oz. } à la  
 1 doz. de 12 oz. } cse  
 1 doz. de 16 oz. } 10.40

Vendue en canistre seulement.

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



**LESSIVE PARFUMÉE DE GILLETT**

La caisse

4 doz. à la caisse 5.85  
 3 caisses . . . . 5.75  
 5 caisses ou plus 5.70

**Soda "Magic" 1**

No. 1 caisse 60 paquets de 1 lb..4.80  
 5 caisses . . . .4.75  
 No 5 caisse de 100 paquets de 10 oz. . . . . 5.40  
 5 caisses . . . . 5.34  
 Bicarbonate de Soude supérieur de "Gillett"



Caques de 100 livres, par caque . . .5.70

Barils de 400 livres, par baril...16.10

**Crème de Tartre "Gillett"**



1/4 lb. pqt. papier. La doz. (4 doz. à la caisse) 3.55  
 1/2 lb. pqt. de papier (4 doz. à la caisse) . . . .6.50  
 1/2 lb. Caisse avec couvercle vissé (4 doz. à la caisse) . . . .7.65  
 Par caisse

4 doz. pqt. 1/4 lb. Assortis . . .27.00  
 2 doz. pqt. 1/2 lb.

5 lbs. canistres carrées (1/2 doz.

la lb. dans la caisse) . . . . 1.18

10 lbs. caisse en bois . . . . . 1.10

25 lbs seaux en bois . . . . . 1.10

100 lbs. en barillets (baril ou plus) 1.07

**Nouveaux prix du Soda Caustique de Gillett.**

Franco dans Québec et Ontario  
 La livre

Seaux en bois, 25 livres . . . .0.12 1/2  
 Seaux en bois, 50 livres . . . .0.12  
 Caisnes en bois, 50 livres . . . .0.11  
 Canistres 5 livres . . . . .0.15 1/2  
 Canistres 10 livres . . . . .0.13 1/2  
 Barils en fer, 100 livres . . . .0.11 1/2  
 Barils 400 livres . . . . .0.10 1/2

**JELL-O**

Fait au Canada

Caisse assortie, contenant 4 doz. 5.40  
 Citron, caisse de 2 doz. . . . . 2.70  
 Orange, caisse de 2 doz. . . . . 2.70  
 Framboise, caisse de 2 doz. . . . 2.70  
 Fraises, caisse de 2 doz. . . . . 2.70  
 Chocolat, caises de 2 doz. . . . . 2.70  
 Cerise, caisse de 2 doz. . . . . 2.70  
 Vanille, caisse de 2 doz. . . . . 2.70

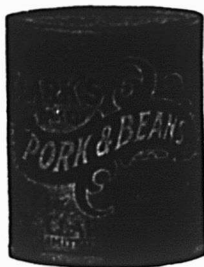
Poids, 8 livres par caisse. Tarif de fret, 2ième classe.

**POUDRES DE CREME A LA GLACE JELL-O**

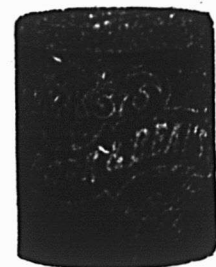
Faites au Canada

Caisse assortie contenant 2 doz. 2.70  
 Chocolat, caisse de 2 doz. . . . . 2.70  
 Vanille, caisse de 2 doz. . . . . 2.70  
 Fraise, caisse de 2 doz. . . . . 2.70  
 Citron, caisse de 2 doz. . . . . 2.70  
 Sans essence, caisse de 2 doz. . . 2.70  
 Poids, 11 livres à la caisse. Tarif de fret, 2ième classe.

**Les Fèves au Lard de CLARK**



avec Sauce Nature,  
 Chili ou  
 aux Tomates sont  
 des



**PRODUITS DE VENTE CERTAINE**

Ils ne "moisissent" pas sur vos rayons. Leur vente est assurée par la QUALITE Clark, la REPUTATION Clark et la PUBLICITE CLARK.

N'ayez pas peur D'ACHETER A PRESENT.

Les Fèves au Lard de Clark sont favorites et se vendront quelque puissent être les conditions.

**W. CLARK, LIMITED, - - - MONTREAL**

Licence de la Commission des Vivres du Canada No 14-216



"Okeh"

est un nouveau

**FAUX-COL  
ARROW**  
de forme ajustable

Cluett, Peabody & Company of Canada, Limited  
MONTREAL TORONTO WINNIPEG VANCOUVER

## Pour Faire de l'Argent

Il faut choisir un placement sûr et

### PAYANT DE GROS INTERETS

Les gens sages font travailler leur argent. 6-7-8 pour cent n'est pas assez pour des revenus pour vous. Faites un placement rémunérateur et garanti par une double sûreté qui vous permettra de doubler votre argent en trois ans et sans aucune possibilité de perte. Venez nous voir, ce que nous avons à vous offrir est une proposition sérieuse et très payante. C'est un important contrat de bois que nous avons avec une puissante compagnie pour plusieurs années, rapportant de gros profits.

Nous acceptons toute somme de \$50.00 ou plus, soit en argent, bons de la Victoire, débetures, etc., et nous donnons comme sûreté, en plus de notre contrat et de nos scieries qui seront construites, des garanties immobilières.

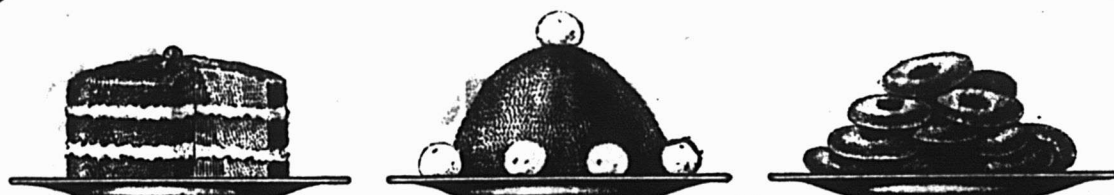
Doublez votre argent en trois ans

**The Canadian Export and Transportation  
Company,**

129 rue des Commissaires Ouest

**MONTREAL**

Chambre 6—Bureau ouvert de 9 a.m. à 5 p.m.



**COWAN'S PERFECTION COCOA**

FAIT DE DELICIEUX GATEAUX, PUDDINGS ET TARTES

## Les Ménagères emploient de plus en plus le Cacao de Cowan

Une grosse publicité dans les magazines et par affiches dans le genre de l'illustration ci-dessus a créé une forte demande pour le Cacao de Cowan. Des brochures sont distribuées qui contiennent des recettes pour faire de délicieux gâteaux, puddings et tartes dont la saveur spéciale et le goût plaisant proviennent de l'emploi du Cacao de Cowan. Les marchands devraient consacrer à ce magnifique produit canadien un emplacement bien en vue dans leurs magasins. C'est un Cacao absolument pur qui se vend rapidement et que les clients redemandent.

**THE COWAN COMPANY, LIMITED**



Kegs Silver Gloss, gros cristaux  
(100 livres) . . . . . 0.10%

Benson's Enamel (eau froide) (40  
liv.) à la caisse . . . . . 3.25

Celluloid . . . . .

Caisse contenant 45 boîtes en  
carton, par caisse . . . . . 4.40

Empois de cuisine.

W. T. Benson's and Co.'s Cele-  
brated Prepared Corn (40 liv.) 0.11%

Canada Pure Corn Starch (40 li-  
vres) . . . . . 0.10%

Farine de pomme de terre raffi-  
née Casco, (20 liv.), paquets  
de 1 livre . . . . . 0.20  
(boîte de 20 liv., ¼ c. en plus (ex-  
cepté pour la farine de pomme  
de terre)

Sirop de blé-d'Inde Marque Crown  
Par caisse.

Jarres parfaitement cachetées, 3  
livres, 1 douz., en caisse . . . . 4.00

Boîtes de 2 liv., 2 doz., en cal-  
se . . . . . 4.55

Boîtes de 5 liv., 1 doz., en caisse 5.15

— 10 liv., ½ doz., en caisse . . . 4.85

— de 20 liv., ¼ doz., en caisse . . 4.80  
(Les boîtes de 5, 10 et 20 livres ont  
une anse en fil de fer).

Barils, environ 700 livres . . . 0.04%

Demi-baril, environ 350 livres . . 0.07

Quart de baril, environ 175 liv. . 0.07%

Conditions: net. 30 jours.

Lots de 5 boîtes et plus, fret payé  
jusqu'à 50 cents par cent. Le sur-  
plus sera marqué sur la facture.

Seaux en bols de 2 gals., 25 liv.  
chaque . . . . . 3.15

— — 3 gals., 38½ liv., cha-  
que . . . . . 3.25

— — 5 gals., 65 liv., cha-  
que . . . . . 5.25

Sirop de Blé-d'Inde. Marque Lily  
White.

Par caisse

Boîtes de 2 livres, 2 douzaines . 5.05

Boîtes de 5 livres, 1 douzaine . . 5.65

Boîtes de 10 livres, 1-2 douzaine. 5.35

Boîtes de 20 livres, ¼ de douzaine 5.30  
(Les boîtes de 5, 10 et 50 livres ont une  
anse en fil de fer.)

Fret payé pour 5 caisses de sirop ou  
250 livres, pour 10 boîtes d'empois ou  
10 boîtes assorties de sirop et d'em-  
pois jusqu'à toute station de chemin  
de fer dans les provinces de Québec  
et d'Ontario à l'est ou au sud du Sault  
Sainte-Marie, Sudbury, North Bay et  
Mattawa et jusqu'à tous les ports des  
lacs pendant la saison de navigation.  
Conditions, net 30 jours. Pas d'es-  
compte pour paiement d'avance.

L. CHAPUT, FILS & CIE, LTEE.

Montréal.

"PRIMUS"

Thé Noir Ceylan et Indien

Etiquette Rouge, paquets de 1 li-  
vre, c-s 30 livres, la livre . . . . 0.55

Etiquette Rouge, paquets de ½ li-  
vre, c-s 30 livres, la livre . . . . 0.53

Etiquette Rouge, paquets ¼ livre,  
c-s 29½ livres, la livre . . . . . 0.60

Etiquette Argent, paquet de 1 livre,  
c-s 30 livres, la livre . . . . . 0.65

Etiquette Argent, paquets de ½ li-  
vre, c-s 30 livres, la livre . . . . 0.65

Etiquette Argent, paquets de ¼  
livre, c-s 29½ livres, la livre . . . 0.67

"PRIMUS"

Thé Vert, Naturel, non coloré

Etiquette Rouge, paquets de 1 li-  
vre, c-s 30 livres, la livre . . . . 0.53

Etiquette Rouge, paquets de ½ li-  
vre, c-s 30 livres, la livre . . . . 0.53



**"Vous ne connaissez peut-être pas la différence"**

Tout le petit monde des enfants aime Jell-O et Betty croit, naturellement que Dolly l'aime.

Betty n'a jamais pensé à dire à Dolly:—

"Ceci n'est pas du Jell-O, mais cela y ressemble, a presque le même goût et est presque aussi bon. Vous ne voyez peut-être pas la différence, Dolly."

Il y a des produits qui ressemblent de plus près à Jell-O, avant et après leur confection, mais ils ne sont pas réellement comme Jell-O dans leurs qualités essentielles.

"Dolly" peut ne pas connaître la différence, mais les gens perspicaces ont tôt fait de la reconnaître.

Il vous sera envoyé gratuitement de magnifiques accessoires de vitrines de haute qualité en 10 couleurs, si vous pouvez en faire usage de façon avantageuse et si vous croyez la chose possible.

THE GENESEE PURE FOOD COM ANY OF CANADA, LIMITED,  
BRIDGEBURG, ONT.

Fait au Canada

**Feutre et Papier**

N'IMPORTE QUELLE QUANTITE

Toitures Goudronnées (Roofing) prêtes à poser, 2 et 5. Papiers de Construction, Feutre à Doublet et à Tapisser, Produits de Goudron, Papier à Tapisser et à imprimer, Papier d'Emballage Brun et Manile, Toitures en Caoutchouc "Favorite" et "Capitol".

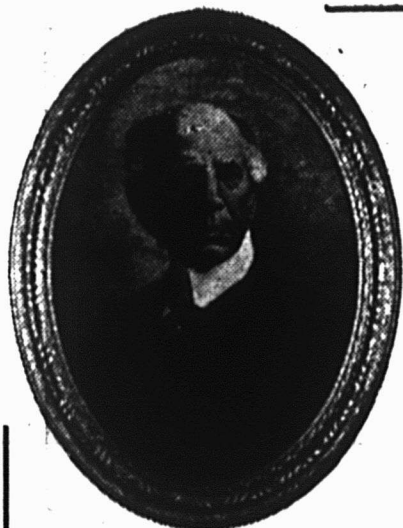
Fabricants du Feutre Goudronné

"BLACK DIAMOND"

**ALEX. McARTHUR & CO., Limited**

Bureaux et Entrepôts: 82 Rue McGill, MONTREAL

Manufacture de Feutre pour Toiture: Rues Moreau et Forsythe, Montréal, Moulin à Papier, Joliet-  
A, Qué.



SIR WILFRID LAURIER.

*Prix Spéciaux  
aux Marchands*

## Les Grandes Figures du Siècle

ALBERT 1er

FERDINAND FOCH

JOFFRE

PRESIDENT WILSON

### LAURIER

Un portrait imitation peinture à l'huile . . . . .	75c
Deux portraits imitation peinture à l'huile, au choix . . . . .	\$1.35
Trois portraits imitation peinture à l'huile, au choix . . . . .	\$2.00
Quatre portraits imitation peinture à l'huile, au choix. . . . .	\$2.30
Magnifique portrait de Sir Wilfrid Laurier en douze couleurs . . . . .	25c
75 cents additionnels pour encadrement fini vieil or.	

*Envoi franco sur réception du montant adressé à*

***La Cie Wisintainer & Fils, (Incorporée)***

58 BOULEVARD ST. LAURENT, MONTREAL

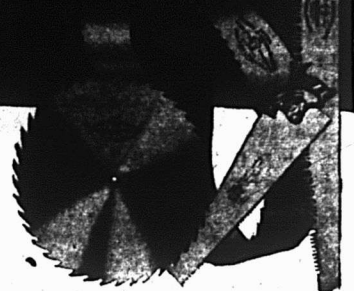


**Tous à présent pour la Reconstruction**

**HENRI DISSTON & SONS, Inc.**

SCIES KEystone, OUTILS, ACIER ET LIMES

Philadelphia, E.U.—Usines canadiennes—Toronto (Ont)



# Ferronnerie, Plomberie, Peinture, Vitre

## MARCHE DE MONTREAL

### CHAINES DE BETAIL, FERS A REPASSER; TRAPPES EN BAISSSE

Une baisse a marqué les chaînes pour bétail. L'escompte est à présent de 20 pour 100.

Les fers à repasser de Mme Pott sont aussi réduits, les cotations étant pour le No 50, \$2.10 par set, et pour le No 55, \$1.95.

Les prix des trappes à gibier ont été révisés et les prix de base sont comme suit:

Trappes à gibier Victor, avec chaîne — No 0, \$1.90 la douzaine; No 1, \$2.20; No 1½, \$3.30; No. 2, \$4.60; No. 3, \$6.50; No. 4, \$7.80; "Jump", avec chaîne — No 1, \$2.95 la douzaine; No 1½, \$4.40; No. 2, \$6.45; No. 3, \$8.55, Hawley et Norton avec chaîne — No 0, \$2.95, la douzaine; No 1, \$3.45; No 1½, \$5.15; No 2, \$7.25; No 3, \$9.65; No. 4, \$11.35 Newhouse, avec chaîne — No 0, \$4.25 la douzaine; No 1, \$5.00; No 1½, \$7.50; No 2, \$11.10; No 3, \$14.80; No 4, \$17.50; No 81, \$5.80; No 91, \$3.65; Bear — No 5, \$10.85 chaque; No 50, \$7.85 chaque.

### NOUVEAUX PRIX SUR LA FICELLE

Les nouveaux prix sont: Pure Manille, 35½c; Manille anglaise, et chanvre de Nouvelle-Zélande, 31c; Sisal, 27½c; "lath yarn" 27½c la livre.

### HUILE COMBUSTIBLE EN BAISSSE

L'huile combustible qui se vendait à \$9.50 est cotée à présent à \$8.80, soit une baisse de 70c.

L'huile de charbon est cotée à 19c le gallon pour la Royalite et 22c pour la Palacine et l'Electro-line. La gazoline pour moteurs se vend à 34c le-gallon.

### LE PLOMB EN FEUILLES EN BAISSSE AINSI QUE LE ZINC

Nous cotons:—  
Tuyaux de plomb, la liv. . . . 0.13  
Tuyaux de plomb (coupé) . . . 0.14  
Tuyaux d'évidement . . . . . 0.14  
Plomb en feuilles, 3 à 3½ livres au pied carré . . . . . 0.12  
Plomb en feuilles, 4 à 8 livres au pied carré, la livre . . . 0.11  
Feuilles coupées ¾c en plus, et coupe spéciale, 1c la livre en plus.  
Soudure garantie, la livre . . 0.38  
Soudure striete, la livre . . . 0.35½  
Soudure commerciale la liv. 0.33¼  
Soudure Wiping, la livre . . 0.31  
à . . . . . 0.33  
Soudure en tige (calibre 8)  
40-60 . . . . . 0.44  
45-55 . . . . . 0.47¾  
50-50 . . . . . 0.51½  
Zinc en feuilles, casks . . . . 0.17  
Zinc en feuilles, en petits lots 0.18

### TOLES

Nous cotons:—  
Tôle noire en feuilles.  
Les 100 livres  
Calibre 10 . . . . . 7.00 7.10  
Calibre 12 . . . . . 7.10 7.15  
Calibre 14 . . . . . 6.85 7.00  
Calibre 16 . . . . . 6.95 7.05  
Calibre 18-20 . . . . . 7.10 7.25  
Calibre 22-24 . . . . . 7.15 7.35  
Calibre 26 . . . . . 7.30 7.40  
Calibre 28 . . . . . 7.35 7.50  
Tôle galvanisée en feuilles:—  
10¾ onces . . . . . 9.75  
Calibre 28 . . . . . 9.25

Calibre 26 . . . . . 9.00  
Calibre 22 et 24 . . . . . 8.85  
Calibre 20 . . . . . 8.65  
Calibre 18 . . . . . 8.65  
Calibre 16 . . . . . 8.50

Charge extra de 25 à 35c les 100 livres pour lots brisés.

### HUILE DE LIN

Nous cotons:  
1 à 4 barils . . . . . 1.41 1.48  
5 à 9 barils . . . . . 1.40 1.48  
10 à 25 barils . . . . . 1.39 1.48  
Bouillie, Gall Imp.  
1 à 4 barils . . . . . 1.43½ à 1.50½  
5 à 9 barils . . . . . 1.42½ à 1.50½  
10 à 25 barils . . . . . 1.41½ à 1.50½

### TEREBENTHINE

Gall. Imp.  
1 à 4 barils . . . . . 1.00 à 1.05  
Petits lots . . . . . 1.07 à 1.20  
(barils en plus).

### PEINTURES ET VITRES

Alabastine.  
Couleurs et blanc—en paquets 2½ livres, \$8.90 les 100 livres, en paquets de 5 livres, \$8.40 les 100 livres, f.o.b. Montréal.  
Liquide-bronze  
Liquide-bronze No. 1 . . . \$1.50 \$2.00  
Huile de banane, gall. . . \$3.50 \$7.00  
f.o.b. Montréal.  
Bleu  
La livre . . . . . 0.13 0.14  
Brosses  
Acme 15 livres, chaque . . . . . \$2.25  
Acme 20 livres, chaque . . . . . \$2.75  
Acme 25 livres, chaque . . . . . \$3.25  
Couleurs (sèches) la livre  
Terre d'Ombre brute, No. 1, tonnelets de 100 livres . . . . . 0.07  
Terre d'Ombre pure, tonnelets de 100 livres . . . . . 0.15  
Terre d'Ombre brûlée No. 1, tonnelets de 100 livres . . . . . 0.07  
Terre d'Ombre pure, tonnelets de 100 livres . . . . . 0.15  
Terre, de Sienne brute No. 1, tonnelets de 100 livres . . . . . 0.07

## Nova Scotia Steel & Coal Co.,

LIMITED

MANUFACTURIERS

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

### GROSSES PIÈCES DE FORGE, UNE SPECIALITE

Mines de Fer--Wabana, Terre-neuve.--Mines de charbon. Hauts-Fourneaux, Fours à Réverbère à Sydney Mines. N.-E. Laminaires, Forges et Ateliers de Finissage à New-Glasgow (N.-E.).

Bureau Principal: New Glasgow (N.-E.)

## METAUX

### en LINGOTS et en FEUILLES

Nous avons un stock complet et pouvons vous faire de prompts envois

A. C. LESLIE & CO., LIMITED  
560 ST-PAUL OUEST  
MONTREAL

Terre de Sienne pure, tonnelets de 100 livres . . . . .	0.15
Terre de Sienne brûlée, No. 1, 100 livres . . . . .	0.07
Terre de Sienne brûlée, pure, 100 livres . . . . .	0.15
Vert Imp., tonnelets de 100 livres . . . . .	0.15
Vert Chrome, pur . . . . .	0.35
Chrome jaune . . . . .	0.17 0.31
Vert Brunswick, 100 livres . . . . .	0.12
Rouge Indien, Kegs 100 livres . . . . .	0.15
Rouge Indien, No. 1, Kegs 100 liv. . . . .	0.06
Rouge Vénitien, brillant supérieur . . . . .	0.04
Rouge Vénitien No. 1 . . . . .	0.02½
Noir fin, pur sec . . . . .	0.15
Ochre d'Or, 100 livres . . . . .	0.06½
Ochre blanche, 100 livres . . . . .	0.04
Ochre blanche, barils . . . . .	0.02
Ochre jaune, barils . . . . .	0.03½ 0.05
Ochre français, barils . . . . .	0.06
Ochre sapin, 100 livres . . . . .	0.07 0.02
Oxyde rouge canadien, bbls. . . . .	0.02 0.02½
Rouge Super Magnetic . . . . .	0.02½ 0.02½
Vermillon . . . . .	0.40
Vermillon anglais . . . . .	2.50

**COULEURS A L'HUILE, PURE**  
boltes d'une livre

Rouge Vénitien . . . . .	0.31
Rouge Indien . . . . .	0.35
Jaune chrome, pur . . . . .	0.53
Ochre d'or, pur . . . . .	0.30 0.32
Ochre de sapin français, pur . . . . .	0.25 0.28
Verts, purs . . . . .	0.28 0.35
Terres de Sienne . . . . .	0.32
Terres d'Ombre . . . . .	0.32
Bleu Ultra-marin . . . . .	0.52
Bleu de Prusse . . . . .	1.50
Bleu de Chine . . . . .	1.50
Noir fin . . . . .	0.30
Noir Ivoire . . . . .	0.31
Noir de peintre d'enseigne pur . . . . .	0.40

Noir de marine, 5 livres . . . . . 0.30  
F.o.b. Montréal, Toronto.

Emails (blancs) . . . . . Gallon  
Durallite . . . . . \$6.50  
Albagloss . . . . . \$3.50

C. P. Berger  
et M<sup>o</sup>

Vert de Paris . . . . . la livre  
En barils environ 600 liv. . . . . 0.60½ 0.61  
En barillets, 50 et 100 liv. . . . . 0.61½ 0.62  
En barillets 25 livres . . . . . 0.62½ 0.63  
En paquets d'1 livre, caisse 100 livres . . . . . 0.64½ 0.65  
En paquets d'½ livre, caisse 100 livres . . . . . 0.66½ 0.67  
En boîtes en fer-blanc 1 livre, caisse 100 livres . . . . . 0.66½ 0.67  
Termes, 1 mois net ou 1 pour 100 à 15 jours.

Vitre	Simple	Double
	épais-	épais-
	seur	seur
Les 100 pieds		
Au-dessus de 25 . . . . .	\$16.89	22.97
26 à 34 . . . . .	17.60	24.85
35 à 40 . . . . .	18.35	26.40
41 à 50 . . . . .	23.50	30.00
51 à 60 . . . . .	24.60	30.80
61 à 70 . . . . .	26.50	32.70
71 à 80 . . . . .	29.70	35.40
81 à 85 . . . . .		45.45
86 à 90 . . . . .		48.85
91 à 94 . . . . .		49.80
95 à 100 . . . . .		58.55
101 à 105 . . . . .		65.35
106 à 110 . . . . .		73.10
Escompte à la caisse, 20 pour cent.		
Escompte à la feuille, 10 pour cent.		
Comptant, 2 pour cent.		
F.o.b. Montréal, Toronto, London, Hamilton.		

**Glaces**

	Chaque
Glaces jusqu'à 1 pied . . . . .	0.80
Glaces de 1 à 2 pieds . . . . .	0.90
Glaces de 2 à 3 pieds . . . . .	0.95
Glaces de 3 à 4 pieds . . . . .	1.15
Glaces de 4 à 5 pieds . . . . .	1.35
Glaces de 5 à 7 pieds . . . . .	1.50
Glaces de 7 à 10 pieds . . . . .	1.70
Glaces de 10 à 12 pieds . . . . .	1.75
Glaces de 12 à 15 pieds . . . . .	1.85
Glaces de 15 à 25 pieds . . . . .	1.95
Glaces de 25 à 50 pieds . . . . .	2.15
Glaces de 50 à 75 pieds . . . . .	2.20
Glaces de 75 à 90 pieds . . . . .	2.25
Glaces de 90 à 100 pieds . . . . .	2.30
Glaces de 100 à 120 pieds . . . . .	2.60
Glaces de 120 à 140 pieds . . . . .	2.90
Glaces de 101 à 110 de largeur contenant pas plus de 100 pieds chaque . . . . .	3.00
Glaces de 111 à 120 de large, ne contenant pas plus de 100 pieds chaque . . . . .	3.40
Glaces de 101 à 110 de large, contenant plus de 100 pieds, chaque . . . . .	3.40
Glaces de 111 à 120 de large, contenant plus de 100 pieds chaque . . . . .	3.75
Escompte au commerce, 25 pour 100	
Livraisons en ville, 33 1/3 pour 100	
Clous de vitriers.	
Recouverts zinc, \$1.56-\$1.62 les douze paquets de 6 livres brut.	
Peintures Préparées	
Prix par gallon, base d'1 canistre d'1 gallon.	
Eléphant, blanche . . . . .	4.20
Eléphant, couleurs . . . . .	3.80
B-H Anglaise, blanche . . . . .	4.30
B-H Anglaise, couleurs . . . . .	4.05
B-H, à plancher . . . . .	3.40
B-H, plancher-vestibule . . . . .	4.05



**Les Produits Ventiplex**  
sont faits pour le Confort du Cheval

Grâce à eux, des milliers de chevaux sont exempts aujourd'hui de Plaies et d'Ecorchures.

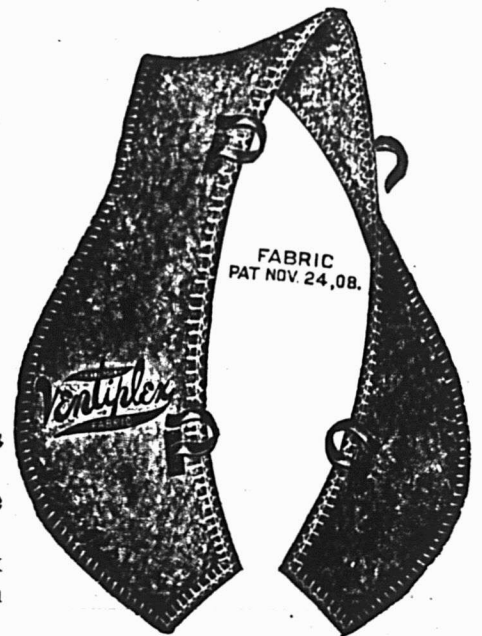
Les Bourrures de Collier, les Coussins et les Couvertures pour sellerie se vendent en laissant un bon profit au marchand.

Ils vous apportent plus d'affaires, parce que le propriétaire de chevaux apprécie leur valeur, en ce sens qu'ils conservent les chevaux toujours en bonne condition pour le travail.

Faits de beau feutre de laine, sanitaires, hygiéniques, très durables et faciles à laver. Ne font pas de plis ni ne forment de tampons sous la selle ou le collier, et sont garantis s'ajuster.

La ligne Ventiplex est une ligne qui donne satisfaction et qui est l'objet de ventes courantes. Elle procure aussi de splendides profits. Ecrivez-nous pour renseignements complets et prix.

En vente chez tous les quincailliers et selliers en gros.  
Manufacturés par



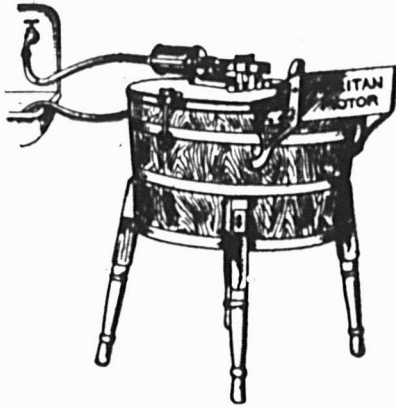
"Pas d'écorchures"  
"Garde les chevaux en condition."  
"Prix de vente universel."

**Burlington Windsor Blanket Company, Ltd.**

793 King West, TORONTO, Canada

Vendez à vos clients la Laveuse  
**“Puritan Motor”**  
 de MAXWELL

Une parfaite et complète laveuse automatique qui marche par le pouvoir d'eau de la pression naturelle obtenue du robinet. Ne requiert aucun soin et fait le travail en une fraction du temps requis par toute autre méthode. Simple et facile à manoeuvrer. Pas de parties délicates, ne cassant ou se dérangeant.



**LA “PURITAN” DE MAXWELL**

Le moteur est du type à mouvement alternatif ou de va-et-vient—le meilleur et le plus satisfaisant de tous les modèles de moteur à pouvoir d'eau. Les valves sont faites pour résister à l'action du gravier ou du sable. Ecrivez aujourd'hui pour demander un Catalogue.

**MAXWELLS LIMITED, ST. MARY'S (Ont.)**

Une offre qui s'adresse  
 strictement au marchand

La PEINTURE DE RAMSAY est placée sur le marché par les Marchands de Ramsay et les Marchands de Ramsay font des profits en vendant la

**PEINTURE**  
**RAMSAY'S**

Il n'y a pas de borne à notre coopération; pas de restriction de qualité; rien d'épargné pour maintenir le succès du bon renom qui a pris 77 longues années pour s'édifier.

Ecrivez pour notre proposition

“La Peinture Correcte pour Peindre Correctement”

**A. RAMSAY & SON COMPANY**

Fabricants de Peintures et Vernis depuis 1842.

**TORONTO MONTREAL VANCOUVER**

**LES OUTILS DE BUCHERON**  
**DE PINK**

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

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

**TELEPH. LONGUE DISTANCE No 87**

*Demandez notre catalogue et notre liste de prix.*

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

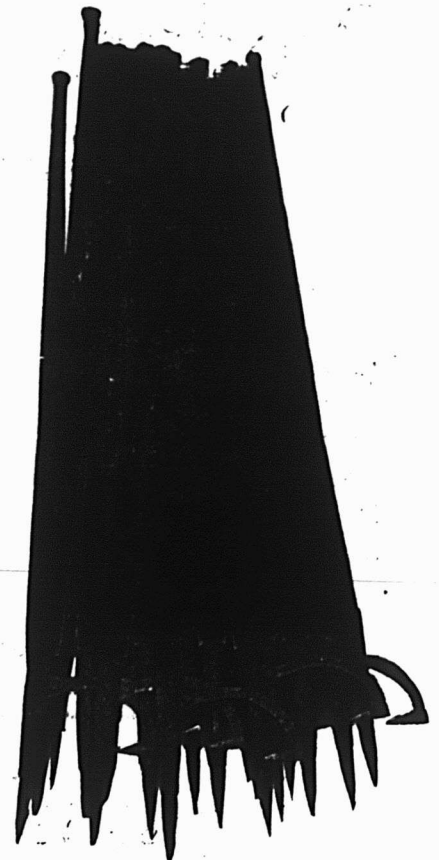
The  
**THOS. PINK Co., Limited**

Manufacturiers d'OUTILS de BUCHERON

**PEMBROOKE**

**(ONTARIO)**

**FABRIQUES AU CANADA**



## Renseignements Commerciaux

### LE LOI LAOUMBE

**Défendeurs.** Hecule Hogue . . . Hector Demers  
Edmond Desjardins . . . La Cité de Mont.  
Lasablonnière, Félix . . . Bill Collins  
Gédéon Lahale . . . Jos. Fortier, Ltée  
Horace Rochon . . . Lake of the  
. . . Woods Milling Co., Ltd.  
Jules Lapierre . . . Dominion Glass  
J. W. Avon . . . J. Elkin & Co., Ltd.  
Jos. Galarneau . . . Montreal Tramways  
Cyrille Hébert . . .  
. . . St. Henry Shoe Co., Ltd.  
Téléphore Gariépy . . . Swift Canadian  
Urgel Quesnel . . . Hilaire Quesnel  
Stanislas Valiquette . . . La Cité de Mont.  
Hubert G. Brens . . . Gunn, Langlois  
Alp. Verdon . . . Canadian Con. Rubber  
Jos. Richer . . . Alfred Lambert  
Adélarde Lemay . . . Canadian Tube  
Achille Jobin . . . American Locomotive  
R. A. Picall . . . Mont. Motor Sales  
Etienne Gauthier . . . Le Devoir  
Chénier Godfroi . . . Sultana  
Jos. Robillard . . . H. Brunelle  
Charles Savaria . . . G. T. R.  
Phillias Thibault . . . Canadian Vickers Co.  
J. B. Thowne . . . C. P. R.  
Francis Raymond . . . Can. Vickers Co.  
Ephrem Perrault . . . La Cité de Mont.  
Adrien Biron . . . Dominion Textile Co.  
Nolet Aurèle . . . C. P. R. Co.  
Ouellet-Georges . . . L. O. Grothé  
Napoléon Paradis . . . Dom. Transport.  
Eusèbe Gagnon . . . Bray, rus St. Jacques

Victor Feller . . . Robin Hood Flour Mills  
Hector Chaput . . . Hub. Lamoureux  
Conrad Denis . . . Toilet Laundry Co. Ltd  
Geo. Denis . . . St. Henry Shoe Co.  
Wm. Kershaw . . . Northern Electric Co.  
Jules Lapierre . . . Dominion Glass Co.  
Edmond Miron . . . La Presse, Le Canada  
Francis Leclair . . . M. Tramways Co.  
Emile Payé . . . Victor Varin  
Israel Hogue . . . L. C. P. R. Co.  
Goudreau Adrien . . . Lalonde, Place J.-C  
J. A. A. Huet . . .  
. . . Les Commissaires du Havre  
Alfred Darling . . . Can. Pac. R. R.  
Wm. Clément . . . C. P. R.  
Oscar Sénécal . . . Mont. Cotton Co., Ltd.  
Victor G. Boisvert . . . Mont. Loc. Works  
H. Alfred Lavole . . . La Cité de Mont.  
Noé Choquette . . . La Cité de Mont.  
O. Lamouche . . . La Ville de Mont. Est  
Ernest Major . . . Montreal Locomo. Co.  
E. Masse . . . Dame E. Masse & Co.  
François Bellerose . . . Jos. Martineau  
L. H. Lapointe . . . M. L. H. & P. Co.  
Hector Riopel . . . Can. Pac. Railway  
Louis Vermette . . . La Cité de Montréal  
Shonfield, Wm. . . Roch et Bye  
Sauvé Wilfrid . . . La Cité de Montréal  
Alphonse Longpré . . . Paul Crépeau  
W. J. Malouf . . . Steel Co. of Canada  
Léon Hamel . . . Mont. Tramways  
Albert Gagné . . . G. H. Clermont  
Drapeau Jules . . . Maritime Mail Co.  
William Eccles . . . Grand-Tronc  
Caya Raoul . . . Grier  
Louis Frankel . . . Michael Frankel

Pierre Dechantal . . . J. A. Daoust  
Lemay, J. A. . . . J. O. Lemay  
Alfred Gingras . . . Sans emploi  
Armand Deslauniers . . . Jas. Coristine  
Sydney Howe . . .  
. . . Canadian Pneumatic Tool Co.  
Paul Desparols . . . Jos. Brown & Son  
Arthur Thibaudeau . . . J. S. Benoit  
Ovilla Tourville . . . J. J. Joubert Ltd.  
Gustave Buist . . . Thos. Davidson

### ACTES ENREGISTRÉS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT D'AR- THABASKA

du 10 au 15 février 1919

Vente—Willie Blais à Frédéric Gagné, parties 214, 212, 254 et partie 228, Saint-Norbert, \$9,000, \$600 acompte.

Mariage—Olivier Blais à Mme Lauza Mathieu, séparation de biens.

Echange—Napoléon Rousseau ou Gouvernement Provincial, 1006 et autres, Warwick et Blandford.

Vente—La Banque Royale à Eudore Fournier, 38, Sainte-Victoire, \$325.00, payées.

Vente—Alfred Rousseau à Donat Rousseau, 5, Sainte-Victoire, \$1,700, \$700 acompte.

Obligation—Donat Rousseau à Napoléon Bussière, 5, Sainte-Victoire, et partie sud-ouest 569, Warwick, \$1,000.

Cession—Amédée Boucher à Antoine Paquet, partie ouest 1, Horton.

# Produits de Fer et d'Acier de Toutes Descriptions

Clous  
Rivets  
Clous de Fer à cheval  
Fers à cheval  
Crampons de fers  
Toiles métalliques  
Rondelles (Washers)  
Blanc de Plomb

Broche  
Broquettes  
Clous à chaussures  
Rivets de cuivre  
Clous de broche  
Noix  
Vis  
Mastic

Quincaillerie d'Automobile  
Broche d'acier, de laiton et de  
cuivre  
Clôtures "Invincible"  
Barrières  
Fil de fer barbelé  
Boulons  
Balles

## The Steel Company of Canada LIMITED

Rue Notre Dame Ouest, Montréal



**Moins cher qu'un fouet et meilleur pour votre cheval**

Un cheval avec l'encolure ou l'épaule contusionnée, écorchée et échauffée ne peut gagner avoies. Le fouetter ne peut qu'augmenter sa souffrance. Vous pouvez prévenir semblable blessure pour moins que le prix d'un bon fouet. Garnissez votre fidèle animal de TAPATCO—la bourrure avec notre

**Nouveau Crochet d'Attache Patenté**  
(ne se trouve que sur les Bourrures faites par nous)

Il fournit une attache qui tient et qui empêche de se défaire.

**Les Bourrures à Collier**  
remplies de notre matériel de bourrure spécial sont meilleures que n'importe lesquelles. Elles sont douces, souples, absorbantes. Elles servent de garantie contre les épaules sensibles.

**Les Gants de Coton Marque TAPATCO**

sont de qualité supérieure et faciles à vendre. Il se tiennent et donnent satisfaction sans le plus dur service. Il n'en est pas de meilleur pour usage aux champs, au jardin ou à l'atelier.

Faits avec poignets et gantets tricotés en à bande, pesantour légère, moyenne ou élevée. Gants et Mittaines en Jersey de couleur Tan, Oxford et Ardoise. Aussi gants garnis de cuir.

Commandez-en à votre marchand en gros.

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

**HORSE COLLAR PADS**  
**TAPATCO**  
REGISTERED BRAND TRADE MARK

**GANTS DE COTON**

**TAPATCO**  
REGISTERED BRAND TRADE MARK

## Ciment Asphalte Plastique

Un enduit idéal pour une toiture en pente, d'un prix bon marché. C'est aussi le meilleur matériel pour faire les réparations aux Toitures en Feutre ou en Métal.

Vendu en boîtes de 5 et 10 livres et en tonnelets de 100 livres, ainsi qu'en barils.

Employé depuis plus de 25 ans et reconnu comme donnant satisfaction parfaite.

Ecrivez-nous pour prix.

**Geo. W. Reed & Co.**  
LIMITED  
37 rue St. Antoine, Montréal

## Crampons à bois de Sûreté "Vulcan" de Williams Forgés au Marteau Mécanique



EN STOCK:

A bout droit et courbé  
1 ou 2 vis  
16 dimensions  
Capacités 3-8 à 6 pouces

Demandez notre brochure

**J. H. Williams & Co.**

"La forge à marteau mécanique"

121 Rue Richards - Brooklyn, N.Y.

Représentants Canadiens  
The Canadian Fairbanks-Morse Co.  
MONTREAL & QUEBEC

## Papiers à Tapisser STAUNTON

Avant que vous placiez votre commande de Papiers à Tapisser pour la prochaine saison, nous vous demandons d'examiner notre ligne.

Vous y trouverez une série de dessins exquis qui se vendront rapidement et qui augmenteront certainement les affaires et les profits du marchand.

On y remarque aussi une ligne importante de Papiers de 21 pouces, en dessins originaux d'une grande beauté artistique.

Avez-vous essayé les  
Papiers "Tout rognés"  
STAUNTON?



Ces papiers peuvent être posés instantanément sans le secours de ciseaux, de couteaux ou d'équerres. Ils sont faciles à poser et épargnent du temps et des difficultés dans le collage.

Attendez le voyageur de Stauntons avant de placer votre commande de Papier à Tapisser.

**STAUNTONS LIMITED**  
Manufacturiers de Papiers à Tapisser  
TORONTO (Canada)

**INCORPORÉE 1855**

# LA BANQUE MOLSONS

Incorporée par Acte du Parlement en 1855

Capital versé .....	\$4,000,000
Fonds de réserve .....	4,800,000

Siège Social, Montréal

A part de ses 97 succursales dans les principales villes du Canada la Banque Molsons a des agents et des représentants dans les principales parties du globe, offrant ainsi à ses clients toutes les facilités de transactions dans toutes les contrées du monde.

EDWARD C. PRATT, gérant général.

## LA BANQUE NATIONALE

FONDÉE EN 1860

Capital autorisé .....	\$5,000,000
Capital versé .....	2,000,000
Réserves .....	2,100,000

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

Notre bureau de Paris,  
14 RUE AUBER

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

Nous effectuons les virements de fonds, les remboursements, les encaissements, les crédits commerciaux en Europe, aux Etats-Unis et au Canada aux plus bas taux.

# A PRETER

# \$5,000,000.

## sur débetures municipales à long termes

Nous sommes aussi acheteurs d'obligations municipales à 6 p. c., à longs termes, ou d'obligations industrielles garanties par les municipalités.

Adressez-nous par écrit tous renseignements et mentionnez vos prix.

**Prudential Financial Society**  
162 rue St-Denis  
MONTREAL

## BANQUE PROVINCIALE

DU CANADA

CAPITAL AUTORISÉ .....	\$2,000,000
CAPITAL PAYÉ ET SURPLUS (au 31 déc. 1917) .....	1,750,000
ACTIF TOTAL: au-delà de .....	\$21,000,000

82 Succursales dans les Provinces du Québec, de l'Ontario et du Nouveau Brunswick.

### CONSEIL D'ADMINISTRATION:

Président: Honorable Sir H. LAPORTE, C. P., de la maison Laporte Martin limitée, administrateur du Crédit foncier franco-canadien.

Vice-Président: W-F. CARSLY, capitaliste.  
Vice-Président: TANCREDE BIENVENU, administrateur Lake of the Woods Milling Co., limited.

M. G-M BOSWORTH, président de la "Canadian Pacific Ocean Services Limited."  
Honorable NEMESE GARNEAU, C. L., ex-ministre de l'agriculture, Conseiller Législatif de Québec, président de la Cie de Pulpe de Chicoutimi.

M. L-J-O Beauchemin, président de la Librairie Beauchemin Itée.  
M. M. CHEVALIER, directeur général Crédit foncier franco-canadien

### BUREAU DE CONTROLE (Commissaires-censeurs)

Président: l'hon. sir ALEXANDRE LACOSTE, C. R., ex-juge en chef de la cour du banc du roi.

Vice-Président: L'HON. N. PERODEAU, N. P., Ministre sans portefeuille dans le gouvernement de Québec, administrateur "Montreal Light Heat & Power Co., Ltd."

M. S-J-B. ROLLAND, président de la Cie de Papier Rolland.

### BUREAU-CHEF

Directeur-général, M. TANCREDE BIENVENU.  
Secrétaire, M. J.-A TURCOT      Inspecteur en Chef, M.-M. LARUE,  
Chef Département de Crédit, M. C.-A. ROY      Inspecteur, M. ALEX. BOYER

Auditeurs représentant les Actionnaires  
M. ALEX. DESMARTEAU, Montréal    M. J. A. LARUE, Québec

## BANQUE D'HOCHELAGA

Fondée en 1874.

Capital autorisé .....	\$10,000,000
Capital versé et fonds de réserve .....	7,800,000
Total de l'actif au-delà de .....	56,000,000

### DIRECTEURS :

Messieurs J.-A. Vaillancourt, président;  
l'hon. F.-L. Béique, vice-président;  
A. Turcotte, E.-H. Lemay, l'hon. J.-M. Wilson, A.-A. Larocque et A.-W. Bonner.

Beaudry Lemay, gérant général.  
Yvon Lamarre, inspecteur.

SIEGE SOCIAL: MONTREAL (112 rue St-Jacques)

Bureau Principal: 95 rue St-Jacques  
F.-G. Leduc, gérant.

115 Succursales et Agences au Canada  
— 39 Bureaux de Quartiers —

Tout dépôt D'UN DOLLAR ou plus ouvre un compte à la Banque sur lequel est payé deux fois par année un intérêt au taux de 3% l'an.

La Banque émet des LETTRES DE CREDIT CIRCULAIRES et MANDATS pour les voyageurs, ouvre des CREDITS COMMERCIAUX, achète des traites sur les pays étrangers, vend des chèques et fait des PAIEMENTS TELEGRAPHIQUES sur les principales villes du monde; prend un soin spécial des encaissements qui lui sont confiés, et fait remise promptement au plus bas taux de change.



# Assurances et Cartes d'Affaires

## Automobiles Assurance couvrant contre

L'incendie, l'Explosion, le Vol, le Transport, la Responsabilité Publique, la Collision, les Dommages Matériels à autrui.

### VIE, BRIS DE GLACES

Accidents, Maladies, Vol, Attelages, Responsabilité de Patrons et Publique, Garantie de Contrats, Cautiionnements Judiciaires, Fidélité des Employés.

### LA PREVOYANCE

189 rue St-Jacques, Montréal  
J. C. Gagné, Directeur-Gérant.  
Tel. Main 1626

## \$5,000

de

protection pour votre maison

+ plus +

## \$50 par mois

d'indemnité pour vous-même

### NOTRE NOUVELLE POLICE D'INDEMNITE SPECIALE

ne laisse rien au hasard

*Demandez-nous des renseignements*

CANADA LIFE ASSURANCE  
COMPANY  
Bureau principal, - TORONTO

## Solide Progrès

Des méthodes d'affaires modernes, soutenues par un record, ininterrompu de traitements équitables à l'égard de ses détenteurs de polices, ont acquis à la Sun Life of Canada un progrès prénomérial.

Les assurances en force ont plus que doublé dans les sept dernières années et ont plus que triplé dans les onze dernières années. Aujourd'hui, elles dépassent de loin celles de toute compagnie canadienne d'assurance-vie.

COMPAGNIE D'ASSURANCE  
**SUN LIFE OF CANADA**  
SIEGE SOCIAL-MONTRÉAL

## ESINHART & EVANS

Courtiers d'Assurance

—Bureau—

EDIFICE LAKE OF THE WOODS

29 rue S.-Sacramento

Téléphone Main 883 MONTREAL

### La Compagnie d'Assurance Mutuelle du Commerce

Centre l'Incendie

Actif . . . . . \$1,151,243.57

DEPOT AU GOU-

VERNEMENT . . . \$69,660.00

—Bureau principal:—

179 rue Girouard, S.-Hyacinthe

## WESTERN ASSURANCE CO.

Fondée en 1881

ACTIF, au-delà de . . . \$6,000,000

Bureau Principal: TORONTO

(Ont.).

W. B. MEIKLE

Président et gérant général

C. C. FOSTER, Secrétaire

Succursale de Montréal:

61, RUE SAINT-PIERRE

ROBT. BICKERDIKE, gérant



### Bureau Principal

angle de la rue Dorchester ouest  
et l'avenue Union. MONTREAL

DIRECTEURS:

J.-Gardner Thompson, Président et directeur gérant; Lewis Laing, Vice-Président et Secrétaire; L. Chevallier; A.-A.-G. Dent, John Emu, Sir Alexandre Lacoste, Wm. Melson Macpherson, J.-C. Rimmer, Sir Frédéric Williams-Taylor, L.L.D., J.D. Simpson, Sous-Secrét.

## BRITISH COLONIAL FIRE INSURANCE COMPANY

MONTREAL

Capital Autorisé  
\$2,000,000.00

Capital Souscrit  
\$1,000,000.00

Capital Versé  
\$247,015.70

Actif \$1,019,177.68

Passif (Réserve)  
\$139,911.62

Théodore Meunier, Directeur  
B. A. Charlebois, Sous-Directeur

### Maison fondée en 1870 AUGUSTE COUILLARD

IMPORTATEUR DE

Ferronnerie et Quincaillerie, Verres à Vitres, Peinture, etc.

Spécialité: Poêles de toutes sortes  
Nos 232 à 239 rue S.-Paul

Ventes 12 et 14 S.-Amable MONTREAL

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

### Assurance Mont-Royal

Compagnie Indépendante (Incendie)

17 rue S.-Jean, Montréal

l'hon. H.-B. Rainville, Président  
P. J. Perrin et J. R. Macdonald,  
gérants conjoints.

Main 7080

### PAQUET & BONNIER

Comptables Liquidateurs, Auditeurs, Prêts d'argent, Collection

Chambre 501

120 St Jacques MONTREAL.

### GAGNON & L'HEUREUX

COMPTABLES LICENCIÉS  
(CHARTERED ACCOUNTANTS)

Chambres 315, 316, 317, Edifice Banque de Québec

11 Place d'Armes, MONTREAL  
Téléphone Bell Main 4912.

P.-A. GAGNON, C.A.  
J.-ARTHUR L'HEUREUX, C.A.

### L.-R. MONTBRIAND

Architecte et Mesureur,

230 rue S.-André, Montréal.

### GARAND, TERROUX & CIE

Banquiers et Courtiers

48 rue Notre-Dame O., Montréal

# Faites votre part!



**N**E croyez pas que les oeuvres patriotiques sont choses du passé. Le grand besoin du jour est le rapatriement du soldat retour du front, et l'élan de Prospérité à donner de façon à résoudre le problème du Poids de la Guerre.

Le Dominion du Canada a besoin de votre aide.

Vous pouvez être l'agent vital du système du Gouvernement de vente de Timbres d'Épargne de Guerre, en décidant vos clients à acheter des Timbres d'Épargne.

S'ils vous achètent des Timbres d'Épargne, ils deviendront bientôt des possesseurs de Timbres d'Épargne de Guerre s'aidant ainsi, en même temps qu'apportant leur appui au pays dans la grande oeuvre de Reconstruction.

Suspendez vos pancartes d'Économie, procurez-vous un stock de timbres et poussez-en la vente à vos clients.

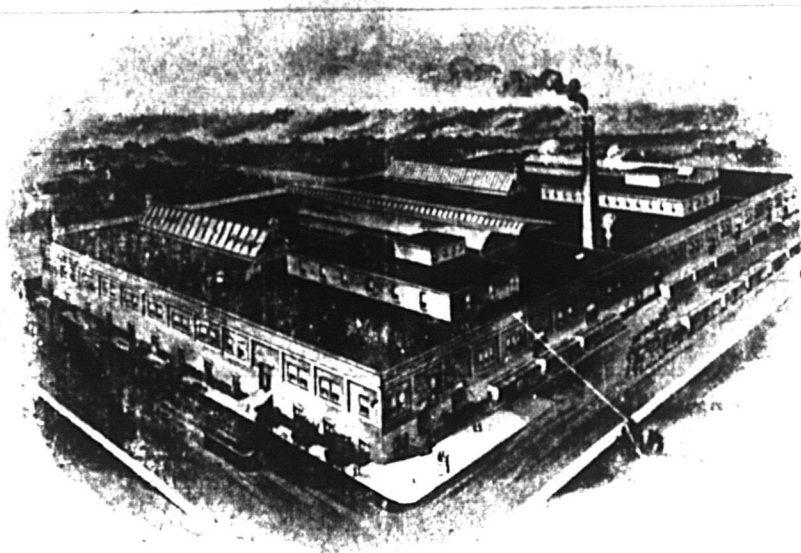
Toutes les banques et tous les bureaux de Mandats de Poste tiennent des Timbre d'Épargne.

**Vendez des  
Timbres d'Épargne**

## TABLE ALPHABETIQUE DES ANNONCES

American Pad & Textile . . . . .	47	Genesee Pure Food . . .	41
Ames Holden McCready . . . . .	3-4-5-6-7	Gillett, E. W. . . . .	28
Assurance Mont-Royal	49	Gonthier & Midgley . .	38
Association des Brasseurs de Québec . . .	18	Gutta Percha & Rubber Co. . . . .	9
Baker (Walter) . . . . .	38	Imperial Tobacco . . .	19
Babbitts . . . . .	36	International Business . . . . .	couverture
Banque d'Épargne, rapport . . . . .	22	Jonas & Cie, H. . . . .	33
Banque d'Hochelega . .	48	Labelle, J. R. . . . .	17
Banque Nationale . . . .	48	La Prévoyance . . . . .	49
Banque Molson . . . . .	48	Leslie & Co., A. C. . . .	43
Banque Provinciale . . .	48	Liverpool-Manitoba . . .	49
Beaulieu . . . . . lecture		Mathieu (Cie J.-L.) . . .	38
British Colonial Fire Ins. . . . .	49	McArthur . . . . .	41
Battle Creek Toasted Corn Flake Co., Ltd. . .	37	Maxwells, Limited . . .	45
Brôdeur A. . . . .	38	Montbriand, L.-R. . . .	49
Brodie & Harvie . . . . .	38	Motor Cartage . . . . .	38
Burlington Windsor Blanket . . . . .	44	National War Saving Co. . . . .	50
Bureau du Shérif . . . .	38	Nova Scotia Steel Co. . .	43
Canada Life Assurance Co. . . . .	49	Ottawa Paint Co. . . . .	couverture
Canadian Cons. Rubber . . . . .	couverture	Parker Broom Co. . . . .	35
Canadian Export and Transp. . . . .	40	Paquet et Bonnier . . .	49
Copeland Shoepack . . .	17	Pink, Th. . . . .	45
Church & Dwight . . . .	32	P. Poulin & Cie . . . . .	38
Cie J. A. M. Côté . . . . .	16	Prudential Financial Society. . . . .	48
Cie d'Assurance Mutuelle du Commerce	49	Ramsay Paint . . . . .	45
Clark Wm . . . . .	39	Reed, Geo. W. & Co. . .	47
Cluett, Peabody . . . . .	40	Rena Footwear . . . . .	16
Columbus Rubber Co. . .	14	Riga Water . . . . .	30
Connors Bros. . . . .	28	Robinson James . . . . .	13
Côté et Lapointe . . . .	38	Slater Shoe . . . . .	15
Couillard, Auguste . . . .	49	Stauntons, Ltd. . . . .	47
Cowan Co. . . . .	40	Sun Life of Canada . . .	49
Daoust, Lalonde & Co. . .	8	Steel of Canada . . . . .	46
Disston Saw . . . . .	42	Tétrault Shoe Co. . . .	10-11
Dom. Canners (Ltd.) . . .	31	United Shoe . . . . .	12
Duffy, J. J. & Co. . . . .	32	Victoria Paper & Twine . . . . .	36
Esinhart & Evans, Ltd.	49	Wagstaffe . . . . .	couverture
Egg-O Baking Powder	35	Williams Co., G. H. . . .	47
Fairbanks, N.K. . . . .	34	Western Assurance Co. .	49
Fontaine, Henri . . . . .	38	Wisintainer et fils . . .	42
Fortier, Joseph . . . . .	38		
Gagnon & L'Heureux	49		
Garand, Terroux & Cie	49		

Préparée  
dans des  
Chaudrons  
en  
Cuivre  
et  
Bouillie  
dans des  
Cuves  
d'Argent



Mise  
en  
Seaux  
et  
Bocaux  
dorés  
à  
l'intérieur

La Manufacture de conserve de fruits la plus  
moderne et la plus perfectionnée du Canada.

*La Fameuse Marmelade d'Oranges  
de Séville de*

# WAGSTAFFE

DE LA NOUVELLE SAISON 1919

est prête à présent à être livrée.

Elle contient toutes les huiles essentielles  
qui donnent un goût si piquant à une vé-  
ritable Marmelade d'Oranges.

*Commandez-en à votre épicier en gros.*

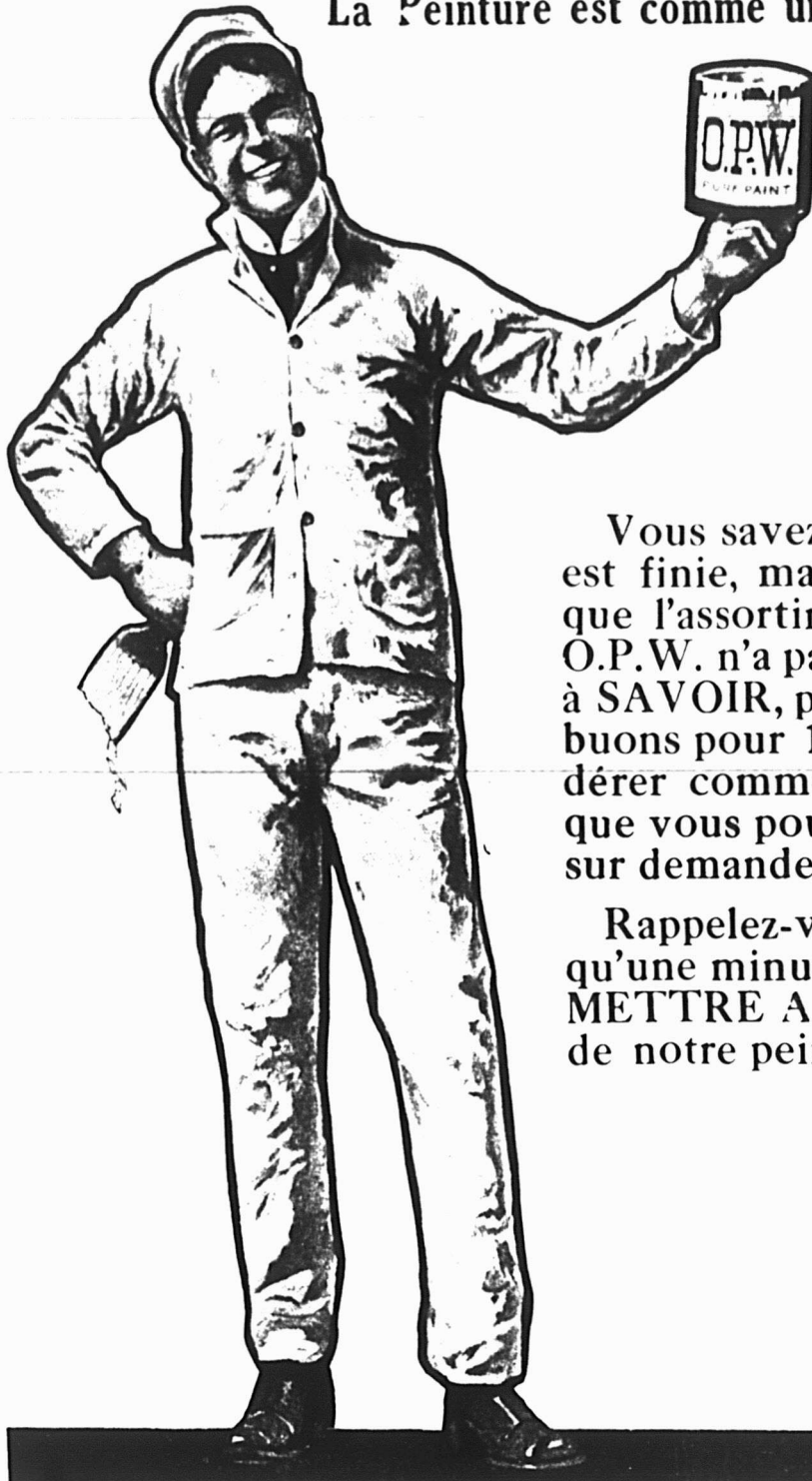
## WAGSTAFFE, LIMITED

Fabricants de Conserves de Fruits Purs

HAMILTON

CANADA

La Peinture est comme un Sourire, elle ne s'efface pas



QUELQUES  
NOUVELLES

Vous savez sans doute que la GUERRE est finie, mais vous IGNOREZ peut-être que l'assortiment de peintures et vernis O.P.W. n'a pas son égal. Vous AIMERIEZ à SAVOIR, probablement, que nous distribuons pour 1919 ce que l'on peut considérer comme la perle des calendriers et que vous pouvez en obtenir gratuitement sur demande.

Rappelez-vous que vous ne prendrez qu'une minute de votre temps pour vous METTRE AU COURANT de l'excellence de notre peinture.

PROFITEZ  
DE L'OCCASION  
PRESENTE



Veillez en prendre note en demandant des calendriers, veuillez nous dire si vous les voulez en Français ou en Anglais car nous avons les deux.

**OTTAWA PAINT WORKS LIMITED**

TORONTO

OTTAWA

VANCOUVER