


**PAGES
MANQUANTES**



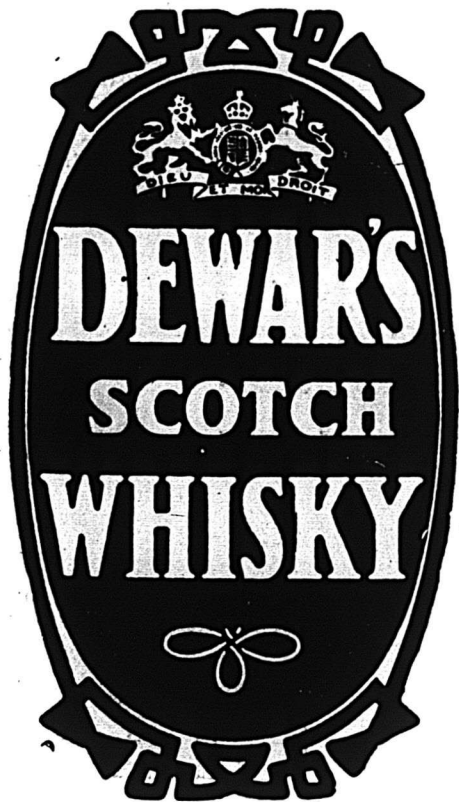
PRIX COURANT



Fondé en 1887.

MONTREAL, VENDREDI, LE 6 MARS 1914.

Vol. XLVII—No 10



**L'article qui procure
re les plus fortes
ventes.**

En vente partout

J. M. DOUGLAS & CO., MONTREAL.

Agents Canadiens.

MAISON FONDÉE EN 1857.

Desirez-vous Augmenter Votre Chiffre d'Affaires?

Tout homme actif, quel que soit son genre de Commerce, doit rechercher les moyens de le rendre chaque jour **MEILLEUR**. Le meilleur moyen d'obtenir ce résultat, c'est d'attirer et de retenir la clientèle en tenant des marchandises de tout premier ordre. En tenant et
 recommandant les



ESSENCES CULINAIRES

ET

VERNIS A CHAUSSURES

DE

: : J O N A S : :



vous êtes en mesure d'offrir à vos clients des articles établis pour créer une bonne impression en faveur de votre magasin, parce qu'ils donnent toujours des résultats satisfaisants. Ils sont le prototype de l'excellence et sont toujours hautement appréciés.

Si vous voulez attirer et retenir la clientèle, vendez les
PRODUITS DE

HENRI JONAS & CIE

FABRICANTS.

Maison Fondée en 1870.

389 et 391 rue St-Paul, - - - Montréal.

“Le Commerce du Carême”

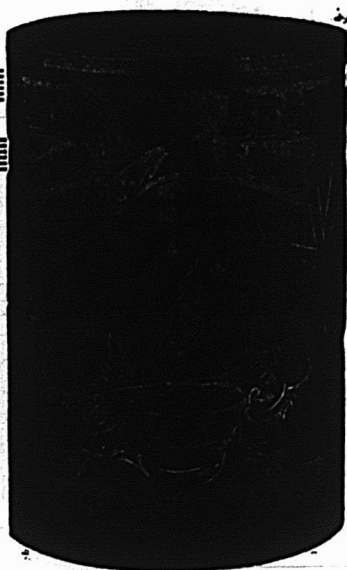
“Beaucoup de gens se privent de viande durant le carême, mais ont absolument besoin d'un substitut pour soutenir leur énergie. Les Fèves Cuites Simcoe seront une diète populaire végétarienne durant le Carême, pour la raison que par leur valeur nutritive, une boîte de Fèves Cuites équivaut à une livre de bifsteck et que le prix est si raisonnable.

Faites une spécialité des Fèves Cuites durant le Carême. Les étalages de vitrines et expositions de comptoirs avec d'attrayantes pancartes augmenteront les ventes.”

DOMINION CANNERS

Limited

HAMILTON, CAN.



FAITES PLUS D'ARGENT SUR VOS VENTES DE SIROP

La perte de profit et le trouble avec vos clients pour le mécontentement que donne le mauvais sirop sont entièrement éliminés lorsque vous tenez le

SIROP DE TABLE MARQUE "CROWN"

Ce splendide produit est maintenant offert aux épiciers progressistes, en barils contenant environ 45 gallons. Nous cotons seulement un exceptionnel bas prix dans des lettres confidentielles. Nous acceptons aussi de payer le fret et de ne pas faire payer les barils.

Les épiciers de toute la Province nous disent qu'ils ont grandement accru leurs ventes depuis qu'ils commencent à tenir la Marque "Crown" et que leur pourcentage de profit s'est considérablement amélioré.

Pourquoi ne suivez-vous pas leur exemple et rendre possible d'obtenir les profits ajoutés au

moyen de l'active demande pour la Marque "Crown"? Nous garantissons que la Marque "Crown" ne fermentera pas ni ne se gâtera.

Si vous désirez essayer ce Sirop, le meilleur de tous, dans votre propre maison avant de décider que c'est une bonne affaire de pousser cette Marque dans le magasin, nous serons heureux d'envoyer un échantillon absolument gratis sur réception de votre demande.

Si vous connaissez déjà la superbe qualité de ce Sirop, pourquoi ne pas commander au moins un baril aujourd'hui? Lorsque vous ferez votre commande, nous vous demandons de mentionner le nom du marchand de gros par l'intermédiaire duquel vous désirez que votre consignment soit envoyée.

Envoyez votre commande aujourd'hui.

THE CANADA STARCH CO. LIMITED

(Manufacturiers des Marques EDWARDSBURG)

MONTREAL

Usines : CARDINAL, BRANTFORD.

PRIX COURANTS

Dans la liste qui suit, sont comprises uniquement les marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractère 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.



Registered Trade-Mark

Chocolat, Prime No 1, bte 12 lbs., pains de 1/2 lb. et 1/4 lb. 0.34
 Chocolat à la Vanille, bte de 6 lbs. 0.44
 German's Sweet, 1/2 s. et 1/4 bte de 6 lbs. 0.26
 Breakfast Cocoa, bte de 1/5, 1/4, 1/2, 1 s., 12 lbs. to box et 5 lbs. tins. 0.39
 Chocolat sucré, cinquième bte 6 lbs. pains de 1/5 lb. 0.21
 Chocolat sucré, Caracas, bte de 6 lbs. 0.32
 Falcon Cocoa (Soda chaud ou froid), btes de 12 lbs., 1 lb. tins. 0.34

Caracas Tablets, cartons de 5c, 40 cartons par boîte 1.25
 Chocolat sucré, Auto, bte de 6 lbs. 0.32
 Ces prix sont F.O.B. Montréal.

BRODIE & HARVIE, LIMITED.

Farines préparées de Brodie La doz.
 Red XXX pqts de 6 lbs. 3.10
 Red XXX pqts de 3 lbs. 1.60
 Crescent pqts de 6 lbs. 2.90
 Crescent pqts de 3 lbs. 1.50
 Superb pqts de 6 lbs. 2.70
 Superb pqts de 3 lbs. 1.40
 Buckwheat pqts de 3 lbs. 1.60

Buckwheat pqts de 6 lbs. 3.10
 Buckwheat en cartons, douz. 1.00
 Griddle-Cake pqts de 6 lbs. 3.10
 Griddle-Cake pqts de 3 lbs. 1.60
 Pancake en cartons, douz. 1.00
 Cartons contenant 1/2 doz. paquets de 6 lbs. ou 1 doz. paquets 3 lbs., sans charge extra.

L. CHAPUT, FILS & CIE, Montréal.

Thé Noir Ceylan "Owl" La lb.
 No 5, 1 lb. 30 lbs. par cse 20c
 No 5, 1/2 lb. 30 lbs. par cse 21c
 No 10, 1 lb. 30 lbs. par cse 26c
 No 10, 1/2 lb. 30 lbs. par cse 27c
 No 15, 1 lb. 30 lbs. par cse 32c
 No 15, 1/2 lb. 30 lbs. par cse 33c
 No 30, 1 lb. 30 lbs. par cse 40c
 No 30, 1/2 lb. 30 lbs. par cse 41c
 Thé Vert Ceylan "Owl" La lb.
 No 10, 1 s. 30 lbs. par cse 26c
 No 10, 1/2 s. 30 lbs. par cse 27c

CHURCH & DWIGHT Soda Cow Brand



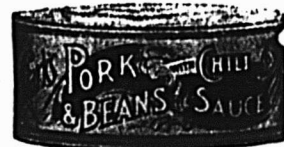
Caisse, 60 paquets de 1 lb., \$3.00.
 Caisse, 120 paquets de 1/2 lb., \$3.00.
 Caisse, 30 pqs 1 lb. et 60 pqs 1/2 lb., \$3.00.

Caisse de paquets de 5c, contenant 96 paquets, \$3.00.

WILLIAM CLARK

Montréal

Conserves	La doz.
Viandes assorties	18 2.40
Compressed Corned Beef	18 2.40
Compressed Corned Beef	28 4.30
Lunch Ham	18 2.40
Lunch Ham	28 3.50
Ready Lunch Beef	18 \$2.40 28 4.30
Geneva Sausage	18 2.50 28 4.25
English Brawn	18 2.10 28 3.75
Boneless Pigs Feet	18 2.10 28 3.75
Sliced Smoked Beef	18 1.50 18 2.50
Roast Beef	18 2.40 28 4.30
Ready Lunch Loaves, Veau	
Jambon, Boeuf, assortis	18 1.60
Ditto	18 2.75
Boeuf Bouilli	18 2.40
Boeuf Bouilli	28 4.30
Boeuf Bouilli	68 15.00



Celles qui connaissent les
Planches à laver de Cane
 les spécifient toujours

Parce qu'elles sont d'un prix modéré et qu'elles donnent le meilleur service.

Les planches à laver de Cane se tiennent dans une classe à part pour leur belle construction, leur qualité et leur durée, et, donnent un attrayant profit.

Parmi les 13 différents modèles et qualités, vous en trouverez une qui répondra à vos désirs.

Si vous n'avez pas notre catalogue "d'articles en bois de Cane pour le jours de buanderie," nous serons heureux de vous en envoyer un.



WM. CANE & SONS CO.
 LIMITED.
 NEWMARKET, ONT.

Saindoux Composé

LAING'S

Reconnu comme le meilleur sur le marché.

Il n'en existe pas qui ait un goût plus fin.

Son Prix est raisonnable.

Matthews-Blackwell Limited
 Rue Mill, MONTREAL.

Pork and Beans, sauce tomates 1s 0.60
 Pork and Beans, sauce tomates 2s 0.95
 Pork and Beans, sauce tomates boîtes plates 3s 1.15
 Pork and Beans, boîtes hautes sauce tomates 3s 1.35



Pork and Beans, Plain 1s 0.60
 Pork and Beans, Plain 2s 0.95
 Pork and Beans, Plain, boîtes plates 3s 1.15
 Pork and Beans, boîtes hautes Plain 3s 1.35
 Pork and Beans, sauce Chili 1s 0.60
 Pork and Beans, sauce Chili 2s 0.95
 Pork and Beans, sauce Chili 3s 1.15
 Ox tongue 1s 9.00
 Ox tongue 2s 10.00
 Ox tongue 2s 11.00
 Jellied Veal 1s 1.50
 Jellied Veal 1s 3.00
 Jellied Veal 2s 3.75
 Jellied Hocks 2s 4.30
 Jellied Hocks 6s 13.00
 Potted Meats.

Ham, Tongue, Beef and Veal,

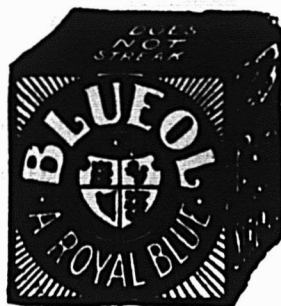
1/2 0.50 1s 1.00
 Tongue, Ham and Veal, pâté 1s 1.20
 Pâtés de Foie 1s 0.90
 Pâtés de Foie 1s 1.35
 Clark's Concentrated . La doz.
 Soupe au poulet 1.00
 Toutes autres soupes 0.95

Mince Meat La doz.
 (Tins fermées hermétiquement.)
 1s \$1.25, 2s 1.95, 3s 3.00, 4s 4.00, 5s 5.00
 Plum-Pudding Anglais 1s 1.90
 Plum-Pudding Anglais 2s 2.40



Boeuf fumé en tranches "Inglass" 1s 1.50
 Boeuf fumé en tranches "Inglass" 1s 2.10
 Boeuf fumé en tranches "Inglass" 1s 3.35

J. M. DOUGLAS & Co.,
 Montréal.



WM. H. DUNN,
 Montréal.

Edward's Soups
 (Potages Granulés, Préparés en Irlande)
 Variétés: Brun — Aux Tomates — Blanc.
 Paquets, 5c. Cartons 1 doz. par carton 0.45
 Paquets, 5c. Boîtes 3 doz. chaque (assorties), par doz. 0.45

Canistres, 15c. Boîtes 3 doz., grandeur, 4 oz., par doz. 1.45
 Canistres, 25c. Boîtes 2 doz., deur, 8 oz., par doz. 2.35

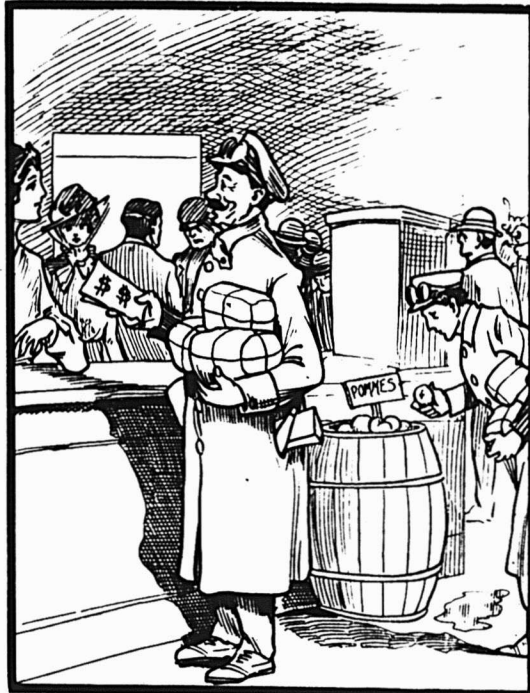
BORDEN MILK CO., LIMITED,
 Montréal.

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

Prix au Détaillant
 Lait Condensé (sucré) \$6.00
 Marque Reindeer (4 doz. par cse) 5.25
 Marque Mayflower (4 doz. par cse) 4.75
 Marque Clover (4 doz. par cse) . . 4.75
 Lait évaporé (non sucré)
 Marque Reindeer Jersey, Boîte de Famille (4 doz. par caisse) 3.90
 Marque Reindeer Jersey, Boîte moyenne (4 doz. par caisse) 4.50
 Marque Reindeer Jersey, Boîte d'hôtel (2 doz. par caisse) 4.25
 Carque Reindeer Jersey, Gallon (1/2 douzaine par caisse) 4.75
 Café (avec Lait et Sucre)
 Marque Reindeer (2 doz. par cse large) 5.00
 Marque Reindeer (4 doz. par cse petite) 6.00
 Cacao (avec Lait et Sucre)
 Marque Reindeer (2 doz. par cse) 4.80
 Limite de fret: 50c par cwt.
 Conditions: Net 30 jours, sans escompte.



Lait et Crèmes Condensés.
 St. Charles "Family" 3.90
 St. Charles "Hotel" 4.25
 Lait "Silver Cow" 5.40
 "Purity" 5.25



Automobiliste—"Cette "Sentinelle Rouge" Bowser est certainement une belle addition à votre magasin."

Le Commis.—"Oui, elle nous a sauvé bien des pas."

L'automobiliste.—"Eh bien, elle vous a amené ma clientèle pour l'épicerie. Je trouve très commode de prendre mon épicerie tandis qu'on emplit le réservoir de mon auto."

Diantre ! Mais les Automobilistes sont bien exigeants !

Faites-les entrer dans votre magasin pour acheter de la gazoline ou de l'huile à cylindre et ils ne le quitteront pas avant d'acheter une quantité de fruits, bonbons, cigares, bouteilles de soda et de ginger ale, du saucisson de Bologne, fromage, biscuits secs et autre bonnes choses.

L'Enseigne de



les y amènera.

500.000 autos sont construits et vendus chaque année. Le commerce augmente à un taux extraordinaire et les automobilistes ont appris que la pompe "Bowser" signifie : une gazoline pure et propre sur laquelle ils peuvent compter.

Le système Bowser vous apportera le commerce de gazoline dans votre localité et de plusieurs milles aux alentours.

Il coûte si peu Il fait tant gagner que vous ne pouvez hésiter. Ecrivez maintenant pour de plus amples détails.

S. F. BOWSER & CO., Inc.

66-68 Avenue Frazer, - - - Toronto, Can.

Pompes fabriquées par des ouvriers Canadiens et vendues par des Marchands Canadiens Bureaux de Ventes dans tous les Centres et représentants partout.

Détenteurs des brevets et fabricants originels de pompes étalon mesurant automatiquement à la main et par pouvoir, petits et grands réservoirs. Entrepôts de gazoline et d'huile et système de distribution. Mesures à enregistrement automatique pour conduits, système de filtrage et circulation d'huile, système de nettoyage à sec, etc.

Maison Etablie en 1885.



Un système de comptabilité compact pour le crédit.

Un système de comptabilité Barr est si bien construit qu'il peut tenir jusqu'à 1,500 comptes, ne requérant qu'un espace de plancher de 36 x 34 pouces. Les autres registres de crédit demandent de 14 à 18 pieds d'espace pour le même nombre de comptes.

Nous recommandons fortement ce point économique, mais il y a beaucoup d'autres particularités également aussi bonnes dans un

SYSTEME DE COMPTABILITE BARR

Une demande de détails complets et d'une démonstration de votre part, nous permettra de vous faire connaître complètement les nombreux avantages que l'on trouve exclusivement dans un Système de Comptabilité Barr.

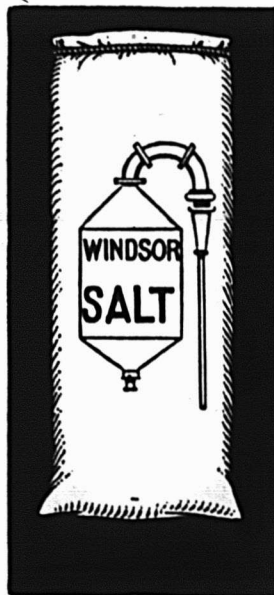
AVIS SPECIAL

Le Système de Comptabilité Barr est une invention Canadienne *bona fide* entièrement protégée par de valides brevets. Il n'y a jamais eu de procédures légales de prises contre ces brevets, quoique tous les concurrents disent le contraire. Nous faisons cette déclaration car nous savons que quelques marchands ont été trompés et qu'on les a induits à acheter d'autres systèmes de comptabilité au moyen de ces "on-dit."

Ecrivez aujourd'hui cela signifie de l'argent pour vous.

Barr Registers Limited
TRENTON, Ont.

Grande Bretagne—Bureau-Chef: Dacre House, No 5 rue Arundel, Strand, Londres, W.C.—Manufacture: Birmingham.



99 personnes
sur 100 au
Canada

se servent du

Sel de Table
WINDSOR

Ne serait-ce pas mieux pour vous
de faire 99 ventes
qu'une seule ?

Les Canadiens aiment les articles de qualité

Chaque année montre une énorme augmentation dans la quantité des articles de "première classe" vendus sur le marché Canadien. Les gens qui ont employé les articles mis en vente comme étant de qualité supérieure plutôt que ceux à bas prix ne reprendront jamais ces articles de qualité inférieure.

L'étiquette "Thistle" sur les Haddies, Harengs fumés et salés, Harengs à la sauce Tomates et Poissons en conserve, est connue du public acheteur comme une garantie de propreté, d'authentique et naturelle saveur du poisson fraîchement pêché et mis immédiatement en boîte; tout l'arôme de l'océan est ainsi retenu. C'est la sorte que les clients désirent le plus.

LA GÉLATINE COX
(Ne varie jamais)

Sa haute qualité ne varie jamais de l'étalon de perfection atteint par les fabricants il y a de nombreuses années. Faites par des gens particuliers pour des gens particuliers.

ARTHUR P. TIPPET & CO.

MONTREAL,

Agents

QUEBEC.



Lait condensé.
La cse
 Marque Eagle, 4 doz., chaque 6.00
 Marque Gold Seal, doz., chaque 5.25
 Marque Challenge, 4 doz., chaque 4.75

Lait évaporé.
 Marque Peerless "Hotel", 2 doz., chaque 4.25
 Marque Peerless "Boite Haute", 4 doz., chaque 4.50
 Marque Peerless "Pour Famille", 4 doz., chaque 3.90
 Marque Peerless "Petite Boite", 4 doz., chaque 2.00

CANADIAN FAIRBANKS-MORSE CO., LIMITED.

Montréal.



"Paos" ("Le savon qui nettoie".)

Par douzaine de boîtes 0.80

Yankee Cleaner.

Boîte de 1 gallon \$1.00
 Boîte de ½ gallon 0.60
 Boîte de 1 pinte 0.32
 Boîte de 1 chopine 0.20

Dix pour cent d'escompte sur toute commande de douze boîtes assorties.

THE CANADA STARCH CO., Ltd.,
 Manufacturière de marques Edwardsburg.

La lb.
 Empois de buanderie. 0.06
 Canada Laundry Starch (caisse de 40 lbs.) 0.06
 Canada White Gloss (caisse de 40 lbs.) paquets de 1 lb. 0.06½
 Empois No 1, Blanc ou Bleu (caisses de 48 lbs.), boîtes en carton de 4 lbs. 0.07
 Empois No 1, Blanc ou Bleu (caisses de 48 lbs.), boîtes en carton de 3 lbs. 0.07
 Kegs No 1 d'Empois Blanc No 1 (caisse de 100 lbs.) 0.06½
 Barils No 1 (200 lbs.) 0.06½
 Edwardsburg Silver Gloss, paquets chromo de 1 lb. (30 lbs.) 0.07½
 Empois Silver Gloss (48 lbs.) en canistres de 6 lbs. 0.08
 Empois Silver Gloss en boîtes à coulisse de 6 lbs. 0.08
 Kegs Silver Gloss, gros cristaux (100 lbs.) 0.07
 Benson's Satin (28 lbs.) boîtes en carton de 1 lb., étiquette chromo 0.07½
 Benson's Enamel (eau froide) (40 lbs.) la caisse 3.00
 Benson's Enamel (eau froide) la caisse (20 lbs.) 1.50
 Casco Potato Flour (20 lbs.) Celluloïd. 0.10
 Boîte contenant 45 boîtes en carton, par caisse 3.60
 Empois de cuisine.
 W. T. Benson & Co.'s Celebrated Prepared Corn (40 lbs.) 0.07½
 Canada Pure Corn Starch (40 lbs.) 0.06
 (Boîte de 20 lbs., ½ c en plus.)

E W GILLETT COMPANY LIMITED
 Toronto, Ont.



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

Levain en Tablettes "Royal."

Boîte 36 paquets à 5c . . . la boîte \$1.15

Lessive en Poudre de Gillett.

La cse
 4 doz. à la caisse \$3.50
 3 caisses 3.40
 5 caisses ou plus 3.35

Poudre à Pâte "Magic"
 Ne contient pas d'alur.

La doz.

6 doz de 5c . . \$0.50
 4 doz de 4 oz . . 0.75
 4 doz. de 6 oz . . 1.00
 4 doz. de 8 oz . . 1.30
 4 doz. de 12 oz . . 1.80
 2 doz. de 12 oz . . 1.85
 4 doz. de 16 oz . . 2.25
 2 doz. de 16 oz . . 2.30
 1 doz. de 2½ lbs . . 5.30
 ½ doz. de 5 lbs . . 9.60
 2 doz. de 6 oz. } à
 1 doz. de 12 oz. } la Cse
 1 doz. de 16 oz. } \$6.00



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

MELASSE

DA COSTA & CO.

Mélasses "Extra Fancy" des Barbades.

L'étalon de qualité—Demandez-la à votre fournisseur en gros et n'en acceptez pas d'autre. Vous pouvez vous la procurer chez tous les meilleurs épiciers et courtiers en gros de Montréal et de Québec.

Faits Etonnants

Le SUCCES en affaires n'arrive pas en dormant. Une étude des méthodes commerciales durant ces quinze dernières années a démontré que les plus grandes maisons croient en :

Former son personnel d'employés par un entraînement systématique plutôt que d'engager et de renvoyer des employés.

Les méthodes scientifiques remplacent actuellement les travaux à l'essai.

Cela paie d'étudier la vraie vocation du personnel d'une maison commerciale.

Les plus grandes maisons ont :

Des moyens définis de taxer la valeur de chaque employé.

Ceci assure que la maison et l'employé auront chacun leur dû.

Les maisons de commerce qui ont le plus de succès :

Entraînent systématiquement leurs employés et leur montrent comment rendre les plus grands services.

LA SCIENCE

n'est ni plus ni moins que le savoir classifié.

La connaissance des affaires se gagne en étudiant bien le succès des milliers de maisons commerciales et hommes d'affaires qui sont arrivés à faire de bonnes affaires, qui se sont classifiés et qui maintenant professent, comme on le fait pour la science de la Médecine et de la Chimie.

S'il y a une **Science des Affaires**, vous **vous** devez à vous-même pour votre succès futur, de vous renseigner au moins sur cette science.

Nous enseignons la **Science des Affaires** par instruction individuelle et par correspondance. Demandez **aujourd'hui** une brochure gratuite expliquant ce merveilleux cours.

The Sheldon School of Business Science, Limited.

80 Rue St-Denis, - MONTREAL.



Soda "Maglo" la Cae

No. 1 caisse 60 pqts de	
1 lb.	2.85
5 caisses.	2.75
No. 5 caisse	
100 pqts de 10 oz	2.90
5 caisses	2.80

Bicarbonate de soude supérieur de "Gillett"

Oaques de 100 lbs., par caque	\$2.75
Barils de 400 lbs., par baril . . .	7.00



Crème de Tartre de "Gillett"

	La doz.
¼ lb. pqts. (4 doz. dans la caisse)	\$1.10
½ lb. pqts. (4 doz. dans la caisse)	2.20

La Cae

4 doz. pqts., ¼ lb.	{ assor- } \$8 80
2 doz. pqts., ½ lb.	
	La doz.
½ lb. canistres rondes, avec couvercles fermant à vis (4 doz. dans la caisse)	2.60
1 lb. canistes rondes, avec couvercles fermant à vis (3 doz. dans la ,caisse)	4 70
	La lb.
5 lb. canistres carrées (½ doz. dans la caisse.	0.86
10 lb. boîtes en bois	0.83
25 lb. seaux en bois	0.83
100 lb. barils	0.81
300 lb. barils	0.80½

N. K. FAIRBANK COMPANY LIMITED Montréal



Prix du Saindoux Composé, Marque BOAR'S HEAD. F. O. B. Montréal.

Tinettes 60 lb.	0.11½
Tierces	0.11
Seaux en bois, 20 lbs.	0.11½
Chaudières, 20 lbs.	0.11
Caisses, 3 lbs., 20 à la caisse	0.12
Chaudières, 5 lbs., 12 à la caisse	0.11½
Caisses, 10 lbs., 6 à la caisse	0.11½

GUNN, LANGLOIS & CIE, Limitée, Montréal



Prix du Saindoux Composé, Marque EASIFIRST

Tinettes 60 lb.	0.11½
Tierces	0.11
Seaux en bois, 20 lbs.	2.25
Chaudières, 20 lbs.	2.15
Caisses, 3 lbs.	lb 0.12
Caisses, 5 lbs.	lb 0.12
Caisses, 10 lbs.	lb 0.12
Pains moulés d'une livre	0.12½

IMPERIAL TOBACCO CO. OF CANADA, LIMITED.

Cigarettes Le 1,000

Athlete	\$ 8.50
Bouquet, boîte 350, par boîte	\$2.08 5.95
Calabash	11.20
Columbia "tout tabac"	11.50
Coronet 2	18.50
Dardanelles "Turques", bouts unis	12.50

Dardanelles "Turques", bouts liège ou argent	12.75
Derby, boîte de 600, la boîte, \$4.12; le 1000	6.85
Empire Navy Cut	8.20
Fatima	10.25
Guinea Gold	8.20
Gloria	5.95
Gold Crest	6.20
Hassan "Turques"	8.50
Imperial A A	27.00
Imperial A I	35.00
Mecca "Egyptiennes"	8.50
Mogul "Egyptiennes" bouts unis	12.25
MMogul "Egyptiennes" bouts en liège	12.25
Murad "Turques", bouts unis	12.25
New Light "tout tabac"	8.50
Niobe Turques	8.00
Old Chum	8.20
Old Gold	6.50
Pall Mall "Format ordinaire"	19.00
Pall Mall "Format Royal"	25.00
Players Navy Cut	8.40
Richmond Straight Cut	11.20
Sweet Caporal	8.50
Sweet Sixteen	5.95
Sub-Rosa "tout tabac"	8.50
Cigarettes importées	
Capstan "douces et médium"	12.50
Capstan, boîtes de 10 avec porte-cigarettes	12.50
Soussa, importées du Caire, Egypte, extra fine, No 25	20.00
Extra fine, No 30	23.00
Khedivial	30.00
Three Castles, boîtes de fer-blanc 50s et boîtes de cartons 10s	15.50
Three Castles, boîtes de fantaisie	16.00
Tabac à cigarettes La Lb.	
B.C. No 1, 1/13	\$1.10

"Ce que j'ai je le tiens"—est une bonne devise—Mals vous ne retien. drez pas votre clientèle à moins que vous n'avez en stock les

PLANCHES À LAVER EDDY

Elles ont un gondolage spécial qui rend le lavage facile.

THE E. B. EDDY COMPANY, MANUFACTURIERS D' Allumettes, planches à laver, papier de toilette, sacs en papier, etc.

LA DIFFERENCE

du prix est si petite entre le meilleur sucre et celui de marques inférieures, que c'est vraiment pitié de vendre à vos clients rien que ce qu'il y a de meilleur.



est le meilleur sucre fait au Canada. Pourquoi vendre à vos clients un article inférieur ?

MELASSE

RECOLTE 1914.

Nous mettons la clientèle en garde contre certains moyens peu honorables dont se servent certaines maisons pour obtenir les commandes.

Nous pouvons vous offrir cette année encore, des Mélasses
"EXTRA FANCY" et "CHOIX"
de toute première qualité.

Nous importons directement de Barbades, des meilleures maisons.

Nous entendons maintenir notre réputation.

Peu importe la couleur des fonds des tonnes, Voyez plutôt la marque.

EXAMINEZ LA QUALITÉ.

D'ailleurs vous savez comment vous avez été servis par notre maison.

Nous livrons toujours toutes les quantités vendues.

NOUS N'APPARTENONS A AUCUN "TRUST".

Nous avons la prétention de savoir conduire nos affaires d'une manière honorable

NOUS AVONS LA CONFIANCE DU PUBLIC.

Confiez-nous vos ordres, Vous avez toutes les garanties.

AVIS AUX INTÉRÉSÉS.

L. CHAPUT, FILS & CIE Limitée.

ÉPICIER EN GROS ET IMPORTATEURS

2, 4, 6, 8, 12 et 15 Rue De Bresoles

MONTREAL.

Etablie et 1842.

Athlete, 1/13	1.08
Sweet Caporal, 1/14	1.17
Tabacs coupés	La Lb.
Old Chum, 1/11	\$0.90
Lord Stanley, tins 1/2 et 1/4 lb.	1.16
Meerscham, 1/11	0.87
Athlete mix. Tins 1/2 et 1/4 lb.	1.42
Old Gold, 1/12	1.03
Seal of North Carolina, 1/12	0.98
Duke's Mix. "Cut Plug", 1 lb.	0.92
Old Virginia, pqts 1/2 et 1 lb.	0.75
Duke's Mixture "granulé"	
1/11 bags, 5 lbs. carton	0.94
Bull Durham	
1/10 bags, 5 lbs. carton, la lb.	1.25
1/16 bags, 5 lbs. carton, la lb.	1.25
Old Virginia, pqts 1/16	0.70
Snap, pqts 1/7 et 1/14	0.58
Calabash Mixture, tins 1/2 et 1 lb.	1.20
Calabash Mixture, tins 1/4	1.25
Calabash Mixture, tins 1/8	1.40
Capstan Navy Cut "importé", tins 1/8, Medium et Fort	1.50
Capstan Mixture, "importé", tins 1/8 medium	1.50
Pride of Virginia, "importé", tins 1/10	1.50
Old English Curve Cut "importé", tins 1/10 lb.	1.35
Tuxedo "importé", tins 1/10 lb.	1.37
Lucky Strike "importé", tins 1/10	1.50
Rose Leaf "importé", à chiquer, pqts 1 oz.	1.30
Tabacs à chiquer "importés"	La Lb.
Piper Hiedsieck	1.22
Tabacs en poudre	La Lb.
Copenhagen, en boîtes 1/12 lb.	0.90
Horseshoe	0.90
Rose No 1 de Landry	0.32
Rose No 1 de Houde	0.34

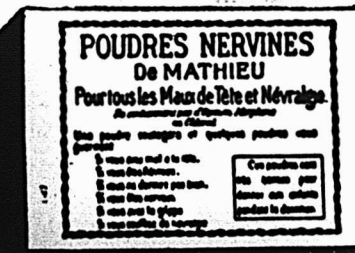
EMPIRE BRANCH	
Tabacs à chiquer	
Club barres, 5 à la barre, 6 morc. à la lb., boîtes 5 lbs.	0.42
Moose, 11s 2x3 18 lbs. cads, 12 lbs. 1/2 cads.	0.40
Snow Shoe, barres, 6 1/2 morc. à la lb.	0.45
Stag, 5 1/3 morc. à la lb. 1/2 butts	0.39
Black Watch, 6s	0.45
Bobs, 5s et 10s	0.39
Currency, 10s	0.39
Pay Roll, 7 1/2s	0.59
Empire Navy Chewing, barres, 14 oz., boîtes 7 lbs.	0.53
Tabacs à fumer en palettes	La Lb.
Rosebud, 3x3, 7s 1/2 cads, 8 lbs.	0.50
Pedro, barres, 16 oz., 5 morc. à la lb., boîtes de 6 lbs.	0.58
Empire, 6s et 12s	0.44
Rosebud, 6s	0.45
Ivy, 7s	0.50
Shamrock, 6s	0.45
Tabacs hachés	
Great West, sac, 8s	0.59
Regal, cube cut, en boîtes de 9s	0.70
Taxi, crimp cut, boîtes 10s	0.78
HENRI JONAS & CIE, Montréal.	
Pâtes Alimentaires.	La lb.
Macaroni "Bertrand"	0.08
Vermicelle "Bertrand"	0.08
Spaghetti "Bertrand"	0.08
Alphabets "Bertrand"	0.08
Nouilles "Bertrand"	0.08
Coquilles "Bertrand"	0.08

Petites Pâtes, etc.	0.08
Extraits Culinaires.	La doz.
1 oz. Plates. Triple concentré	0.84
2 oz. Plates. Triple concentré	1.57
2 oz. Carrées. Triple concentré	1.88
4 oz. Carrées. Triple concentré	3.34
8 oz. Carrées. Triple concentré	6.25
16 oz. Carrées. Triple concentré.	12.00
2 oz. Rondes. Quintessences	1.96
2 1/2 " Rondes. Quintessences	2.19
5 oz. Rondes. Quintessences	3.75
8 oz. Rondes. Quintessences	6.67
4 oz. Carrées. Quintessences. Bou-chons émeri	3.75
8 oz. Carrées. Quintessences. Bou-chons émeri	7.50
2 oz. Anchor.	1.02
4 oz. Anchor.	1.75
8 oz. Anchor.	3.00
16 oz. Anchor.	6.00
2 oz. Golden Star "Double Force"	0.75
4 oz. Golden Star "Double Force"	1.25
8 oz. Golden Star "Double Force"	2.25
16 oz. Golden Star "Double Force"	4.25
2 oz. Plates. Soluble.	0.75
4 oz. Plates. Soluble.	1.25
8 oz. Plates. Soluble.	2.25
16 oz. Plates. Soluble.	4.25
1 oz. London.	0.50
2 oz. London.	0.75
Extraits à la livre de	\$1.00 à 3.00
Extraits au gallon de	\$6.00 à 24.00
Mêmes prix pour extraits de tous fruits.	
Moutarde Française.	La grosse
Pony Mustard, 2 doz. à la cse	8.40
Small Mustard, 2 doz. à la cse	7.80
Medium Mustard, 2 doz. à la cse	10.80
Large Mustard, 2 doz. à la cse	12.00
Tumblers Mustard, 2 doz. à la cse	10.80

L'abstention d'emmagasiner une marchandise supérieure peut entraîner une perte de clientèle pour le marchand

LES POUDRES NERVINES DE MATHIEU

sont reconnues partout comme spécifique contre les maux de tête et recommandées avec assurance par tous les marchands comme étant un remède efficace. Ne perdez pas votre clientèle pour avoir laissé votre stock s'épuiser.



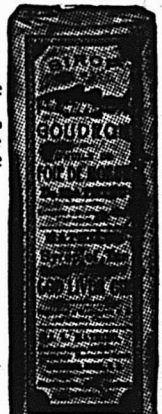
POUDRES NERVINES DE MATHIEU
Pour tous les Maux de Tête et Névralgie.

Si vous ne connaissez pas les Poudres Nervines de Mathieu essayez-les à nos frais au moyen du coupon ci-joint.

Pour tous les rhumes le Sirop de Goudron et d'huile de foie de morue de Mathieu est reconnu comme un remède sûr et efficace.

LA CIE J. L. MATHIEU,
Propriétaire.

Sherbrooke, P. Q.
MM. L. Chaput, Fils & Cie, Limitée.
Dépositaires en Gros Montréal, P. Q.



Veillez m'envoyer une boîte régulière de Poudres Nervines de Mathieu à l'adresse suivante :

Nom

De

(Nom de la maison de commerce).

Rue

Ville ou village

Province

Achetez le meilleur

Corde pour Châssis, marque "Hercules"
Corde de Coton, marque "Star"
Articles de Vêtements, en Coton,
Ficelle de coton, 3 et 4 fils

En vente dans toutes les Principales Maisons de Gros.

The Hamilton Cotton Co.

HAMILTON, Ont.

LAINE

Nous achetons la laine lavée ou non lavée.

Les plus hauts prix payés.

W. T. Benson & Co.

164 rue St-Jacques,
Montréal.

Prenez en Stock les Articles "NUGGET"

C'est une belle ligne qui se vend bien et qui vous paiera de la tenir.

Cette ligne se compose d'une boîte de cirage, brosse en pur crin et d'un tampon "Seloylet" pour polir. Mis sur un carton et en boîtes de métal pour vendre au détail à 40c et 50c.

Ces articles vous donneront une bonne marge de profit.

Donnez votre
commande
maintenant.



Les brosses et tampons peuvent aussi être obtenus séparément au détail à 15c l'article.



9, 11 et 13 Davenport Rd, Toronto, Ont.

Les Fèves au Lard de Clark

à la sauce ordinaire, sauce Chili, sauce Tomates

LA OU CLARK EXCELLE DA'S LA

QUALITE

Le point essentiel de tous les aliments et le plus puissant facteur de vente.

La haute qualité, un prix de vente raisonnable, une bonne marge de profit, aidés par une publicité étendue et judicieuse font des

Fèves au Lard de Clark

la ligne la plus facile et la plus profitable pour vous à tenir.

Ayez en stock les articles qui se vendent bien.

W. Clark Limited

MONTREAL

Le Prêt Immobilier, Limitée

244 Rue Ste-Catherine Est, Montréal.

Phone Bell Est 5779

BUREAU DE DIRECTION :

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

SI VOUS AVEZ BESOIN DE CAPITAL

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

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

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

Ecrivez ou téléphonez pour avoir la brochure explicative gratuite.

Lorsque vous arrangez votre vitrine, ayez soin de mettre le motif principal à la hauteur où il sera le mieux saisi par la vue du passant.

Muggs Mustard, 2 doz. à la cse 13.20
Nugget Tumblers, 2 doz. à la cs 13.20
Athenian Tumblers, 2 doz. à la cse 13.20
Gold Band Tumblers, 2 d. à la cse 13.80
No 64 Jars Mustard, 1 doz. à la cse 18.00
No 65 Jars Mustard, 1 doz. à la cse 21.00
No 66 Jars Mustard, 1 doz. à la cse 24.00
No 67 Jars Mustard, 2 doz. à la cse 13.20
No 68 Jars Mustard, 1 doz. à la cse 15.00
No 69 Jars Mustard, 1 doz. à la cse 24.00
Molasses Jugs Must., 1 d. à la cse 21.00
Jarres 1/2 gal. Mustard, 1 d. à la cse 36.00
Jarres 1/2 gal. Mustard, 1/2 d. à la cse 54.00

Vernis à chaussures. La doz.

1 doz. à la caisse.

Marques Froment. 0.75
Marque Jonas. 0.75
Vernis Militaire à l'épreuve de l'eau. 2.00

MATTHEWS-BLACKWELL,
LIMITED
Montréal, Canada.



Lard en baril

Lard pesant, Marque Frontenac Short Cut, brl. 35/45 29.00
Lard pesant, Marque Frontenac Short Cut, 1/2 brl. 15.00
Lard pesant, Marque Champlain Short Cut, brl. 45/55 28.50
Lard pesant, Marque Champlain Short Cut, 1/2 brl. 14.75
Lard pesant, Marque Nelson, dé-sossé, tout gras, brl. 40/50 27.00
Lard clair, Marque Nelson, pesant, 1/2 brl. 14.00
Marque Dorchester 26.50
Marque Dorchester, 1/2 brl. 13.75

Saindoux Composé

Tierces, 375 lbs. lb. 0.10 1/2
Boîtes 50 lbs. net (doublure parchemin) 0.10 1/2
Tinettes, 50 lbs. net (Tinette imitée) 0.10 1/2
Seaux en fer, 50 lbs. 0.10 1/2
Seaux de bois, 20 lbs., net \$2.15 0.10 1/2
Seaux de fer-blanc, 20 lbs. \$2.05 0.10 1/2
Caisnes 10 lbs. tins, 60 lbs. en caisnes, bleu 0.11
Caisnes 5 lbs. tins, 60 lbs. en caisnes, bleu 0.11 1/2
Caisnes 3 lbs. tins, 60 lbs., en caisnes 0.11 1/2
Briques de saindoux, 60 lbs. en caisse 0.12

Saindoux garanti pur

Tierces, 375 lbs. 0.14
Boîtes, 50 lbs., net (doublure parchemin) 0.14 1/2
Tinettes, 50 lbs., net (tinette imitée) 0.14 1/2
Seaux de bois, 20 lbs., net (doublure parchemin) \$2.90 0.14 1/2

IMPORTANT

Les Epiciers détaillants

qui désirent plaire à leurs clients devraient être certains de pouvoir leur fournir les véritables



Baker's
Cocoa
and
Chocolate

Registered Trade-Mark avec la marque de commerce sur les paquets.

Ce sont des marchandises de premier ordre, les meilleures du monde au point de vue de la pureté et du goût.

Manufacturées uniquement par

WALTER BAKER & CO., Limited.

Montréal, Can. Dorchester, Mass
ETABLI EN 1780.

LACAILLE, GENDREAU & CIE

Successors de CHS. LACAILLE & CIE.

EPICIER EN GROS

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

Spécialité de Vins de Messe de Sicile et de Tarragone.

329 Rue St-Paul et 14 Rue St-Dizier
MONTREAL

CHOCOLAT "ELITE"

Non Suéré



DES EPICIER
Pour tous les

Besoins de la Cuisine

Tablettes de 1/4 lb.

Fabriqué par

JOHN P. MOTT & CO.,

HALIFAX, N. E.

J.A.TAYLOR, Agen, Montréal

La Farine Préparée de Brodie

Vous Conserve Vos Clients.

Toujours digne de confiance, elle est préférée à toutes les autres farines

UN BON VENDEUR.

Voyez le coupon des épiciers dans chaque carton.

Brodie & Harvie, Limited.

14 et 16 Rue Bleury,

Tél. Main 436.

MONTREAL.

ECOLE POLYTECHNIQUE

Examen d'Admission 1914

Cours préparatoire, division des ingénieurs et division des architectes :

1ère Session le lundi 1er Juin
2ème Session le lundi 1er Sept
Pour détails et prospectus, s'adresser au directeur de l'Ecole Polytechnique, 228 rue St-Denis, Montréal.



UNE SESSION

De la Cour du Banc du Roi

ayant juridiction criminelle dans et pour le district de Montréal, a été tenue au Palais de Justice, en la Cité de Montréal, LUNDI, LE DEUXIEME JOUR DE MARS, à DIX heures du matin.

EN CONSEQUENCE, j'ai donné avis public à tous ceux qui avaient à poursuivre aucune personne maintenant détenue dans la prison commune de ce district et à toutes les autres personnes qu'elles y soient présentes.

J'AI DONNE AUSSI AVIS à tous les Juges de Paix, Coroners et officiers de la Paix, pour le district susdit, qu'ils aient à s'y trouver avec tous les records.

L. J. LEMIEUX,
Shérif.

Bureau du Shérif
Montréal, 12 février 1914.

Seaux en fer-blanc, 20 lbs. brut	\$2.80	0.14	Extra Fins, ½ kilo, 100 s.	13.50
Caisses, 10 lbs., tins, 60 lbs., en caisses rouges		0.14½	Moyens, ½ kilo, 100 s.	11.00
Caisses, 5 lbs., tins, 60 lbs., en caisses rouges		0.15		
Caisses, 3 lbs., tins, 60 lbs., en caisse		0.15		
Saindoux en carré d'une livre. 60 lbs., en caisse		0.15½		

Viandes fumées Marque "Anchor"

Jambons: Première qualité.				
Extra gros, 25 à 40 lbs.		0.16		
Gros, 20 à 28 lbs.		0.17		
Moyens, 15 à 20 lbs.		0.18		
Petits, moins de 8 à 15 lbs.		0.19		
Jambons désossés, roulés, gros 18 à 25 lbs.		0.19		
Jambons désossés, roulés, petits 12 à 18 lbs.		0.21		
Bacon, Spécial Rose Brand		0.22		
Bacon Anchor Brand, à déjeuner, sans os, choisi		0.18½		
Bacon Windsor, dos pelé		0.23		
Petit bacon roulé, épice. désossé, 8 à 12 lbs.		0.15½		
Cottage Rolls de 4 lbs.		0.18		

Saucisses

Bologna (Bondon de Boeuf)	0.09½
Bologna (Enveloppe cirée)	0.09
Brunswick	0.12
Frankfurts	0.11
Polish	0.10

Saucisses fraîches.

Saucisses de porc, tripes de porc	0.00½
Saucisses de porc, tripes de mouton	0.10
Saucisses Marque "Rose"	0.16
Saucisses Cambridge (paquets de 1 lb.)	0.10½
Saucisses de fermier	0.10
Roudin blanc anglais	0.07½
Boudin noir anglais	0.08

AGENCES

LAPORTE, MARTIN, LIMITEE,

Légumes importés

"LE SOLEIL"

Asperges

C/S

Pointes de Tête seul., ½ flac. 40 s.	22.00
Pointes de Tête seul., ½ kilo, 100s.	27.50
Pointes de Tête seul., 1 kilo, 50 s.	27.00
En Branches Géantes, bocal, 16 s.	10.00
En Branches Géantes, ½ kilo, 100s.	27.00
En Branches Géantes, 1 kilo, 50 s.	25.00
En Branches Grosses, ½ kilo, 100s.	24.50
En Branches Grosses, 1 kilo, 50s.	23.50
En Branches Extra, 1 kilo, 50 s.	22.00
Coupées sur Extra, ½ kilo, 100 s.	22.00
Coupées sur Extra, 1 kilo, 50 s.	21.00
En Branches Fines, ½ kilo, 100 s.	22.00
En Branches Fines, 1 kilo, 50 s.	21.00

Flageolets

Extra Fins, ½ kilo, 40 s.	9.50
---------------------------	------

Haricots	
Verts Extra Fins, ½ flac., 40 s.	9.00
Verts Extra Fins, ½ kilo, 100 s.	13.00
Verts Fins, ½ kilo, 100 s.	11.50
Verts Fins, 1 kilo, 50 s.	11.00
Verts Moyens, ½ kilo, 100 s.	7.50
Verts Coupés, ½ kilo, 100s.	7.50

Divers

Carottes tournées, ½ kilo, 100 s.	10.50
Carottes tournées, 1 kilo, 50 s.	10.00
Choux de Bruxelles, ½ kilo, 100 s.	9.50
Choux de Bruxelles, 1 kilo, 50 s.	9.00
Côtes de Céleri, ½ kilo, 100 s.	8.00
Côtes de Céleri, 1 kilo, 50 s.	7.50
Céleri (pieds), ½ kilo, 100 s.	10.00
Epinards en Purée, ½ flac., 40 s.	8.00
Epinards en Purée, ½ kilo, 100 s.	10.00
Epinards en Purée, 1 kilo, 50 s.	9.50
Fonds d'Artichauts, ½ kilo, 100 s.	33.00
Salsifis, ½ kilo, 100 s.	11.50

Macédoines

Extra choix, No 1, ½ flac., 40 s.	8.50
Extra choix, No 1, ½ kilo, 100 s.	12.00
Extra choix, No 1, 1 kilo, 50 s.	11.50
Sans marque, No 2, ½ kilo, 100 s.	9.00

Petits Pois

Sur Extra Fins, ½ flac., 40 s.	10.00
Sur Extra Fins, ½ kilo, 100 s.	15.50
Extra Fins, ½ kilo, 100 s.	15.00
Extra Fins, 1 kilo, 50 s.	14.50
Très Fins, ½ kilo, 100 s.	13.50
Fins, ½ kilo, 100 s.	11.50
Mi-Fins, ½ kilo, 100 s.	11.00
Moyens, No 1, ½ kilo, 100 s.	10.00
Moyens, No 2, ½ kilo, 100 s.	9.50
Moyens, No 3, ½ kilo, 100 s.	9.00

Petits Pois Fra. Petit

Fins, ½ kilo, 100 s.	9.50
Moyens, ½ kilo, 100 s.	7.00

Soupes

Cerfeuil, ½ kilo, 100 s.	9.00
Crème de Céleri, ½ kilo, 100 s.	6.50
Julienne, ½ kilo, 100 s.	8.00
Oseille, ½ kilo, 100 s.	9.00
Printanière, ½ kilc, 100 s.	8.50
Tomates Purée, ½ kilo, 100 s.	10.50
Tomates Purée, 1 kilo, 50 s.	10.00

Huile d'Olive "Minerva"

Caisse 12 bout., litre	8.00
Caisse 12 bout., qrts.	6.00
Caisse 24 bout., pts.	6.50
Caisse 24 bout., ½ pts.	4.25
Caisse 2 estagnons, 5 galls.	2.00
Caisse 6 estagnons, 2 galls.	2.05

Caisse 10 estagnons, 1 gall.	2.10
Caisse 20 estagnons, ½ gall.	2.25
Caisse 20 estagnons, ¼ gall.	2.50
Caisse 48 estagnons	2.60

Savons de Castille

Le Soleil 72% d'huile d'Olive.	Caisse
Caisse de 200 marc. de 10½ oz.	12.00
Caisse de 100 marc. de 10½ oz.	6.00
Caisse de 200 marc. de 7 oz.	7.75
Caisse de 200 marc. de 3½ oz.	4.25
Caisse de 50 marc. long de 16 oz.	4.75
Caisse de 50 marc. carré de 16 oz.	4.75
Caisse de 50 marc. carré de 12 oz.	4.00
Caisse de 12 barres de 3 lbs.	0.09½
Caisse de 25 barres de 11 lbs	0.08½

La Lune 65% d'huile d'Olive	Lb.
Caisse de 50 marc. carrés de 12 oz.	3.75
Caisse de 12 barres. 3 lbs.	0.09

JOHN P. MOTT & CO.



Elite. per doz.	0.00
	Lb.
Prepared Cocoa	8.28
Breakfast Cocoa	0.36
No 1 Chocolate	0.30

Diamond Chocolate	0.24
Navy Chocolate	0.20
Cocoa Nibbs	0.35

Cocoa Shells	0.05
Confectionery Chocolate	0.18 à 0.30
Plain Chocolate Liquors	0.18 à 0.35
Vanilla Stick	la gr. 1.00

SALADA TEA CO.



THES DE CEYLAN	
"SALADA"	
	Coût. Vend.
Etiquette Brune, 1's et ½'s.	\$0.25 \$0.30
Etiquette Verte, 1's et ½'s.	0.27 0.35
Etiquette Bleue, 1's, ½'s, ¼'s et ¼'s.	0.30 0.40
Etiquette Rouge, 1's et ½'s.	0.36 0.50
Etiquette Or, au détail	0.44 0.60
Noir, mêlé ou vert, de toutes qualités.	

SAVON.

The GENUINE, empaqueté 100 morceaux par caisse.



Prix pour Ontario et Québec:	
Moins de 5 caisses	5.00
Cinq caisses ou plus	4.95



SNAP CO., LTD.,	
Montréal.	
Snap Hand Cleanse.	
Cse de 3 do	3.60
Cse de 6 doz.	7.20
30 jours.	

ARTHUR P. TIPPET & CO., Montréal.

Lime Juice "Stowers"	La cse
Lime Juice Cordial, 2 doz.	pts. 4.00
Lime Juice Cordial, 1 doz.	pts. 3.50
Double Refi, lime juice	3.50
Lemon syrup	4.00

JOURNAL DE LA JEUNESSE — Sommaire de la 2150e livraison (14 février 1914). — M. Tapinois, détective aviateur. par J. Jacquin et A. Fabre — A travers le Maroc français, par Louis Rousselet — Tante Claude, Julie Borius — Le fils du roi d'Angleterre au Collège d'Eton, par Alice Kuhn.
Abonnement — France: Un an, 20 fr.; Six mois, 10 fr. Union Postale: Un an, 22 fr.; Six mois, 11 fr.
Le numéro: 40 centimes.
St-Germain, Paris.
Librairie Hachette & Cie, 79, boulevard



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

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

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

CHURCH & DWIGHT
Manufacturers LIMITED
MONTREAL

OEUFS

Producteurs et Expéditeurs : —

Vous avez besoin à cette saison de l'année de bons renseignements du marché, des encaissements rapides, les plus hauts prix.

Pour ceci, correspondez ou expédiez à
Gunn, Langlois & Cie, Limitée.

Principale Maison de Produits du Canada.

MONTREAL.

The logo consists of the letters 'USMC' in a bold, stylized, serif font. The letters are contained within a rectangular box with a decorative, wavy border.

**Nous Pouvons
Tout Fournir
Depuis une Broquette
Jusqu'à un
Outillage Complet de
Manufacture.**

**Si vous avez besoin de quel-
que chose, écrivez-nous.**

**United Shoe Machinery Company
of Canada**

Montréal, Qué.

MAGIC BAKING POWDER MAGIC BAKING POWDER

Epiciers : La Poudre à Pâte Magic a une réputation Nationale de qualité, et les épiciers qui tiennent la Poudre à Pâte Magic partagent cette réputation. Tenir des articles d'une qualité reconnue, c'est attirer les clients à votre magasin et créer une clientèle active pour toutes les autres lignes de votre magasin. La Poudre à Pâte Magic est la seule poudre à pâte fabriquée au Canada, dont tous les ingrédients soient mentionnés sur l'étiquette. Voyez l'étiquette et jugez-en vous-même.

MAGIC BAKING POWDER



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

E.W. GILLETT COMPANY LIMITED

TORONTO, ONT.

MONTREAL

WINNIPEG



MAGIC BAKING POWDER MAGIC BAKING POWDER



Lorsque vous donnez votre commande de poissons en conserve, assurez-vous que l'on vous donne la vraie

Marque "BRUNSWICK"

C'est la meilleure marque que l'on puisse obtenir, et vous pouvez compter dessus pour donner la plus entière satisfaction.

Par le procédé moderne et hygiénique d'emballage "BRUNSWICK" la saveur naturelle du poisson frais est conservée à un degré remarquable.

Ayez toujours un bon stock d'Aliments Marins "BRUNSWICK". On fait un bon profit en les vendant.

CONNORS BROS., LTD., Blacks' Harbour, N. B.

AGENTS :

LEONARD BROS., Montréal. — G. H. B. HILLCOAT, Sydney. — A. W. HUBAND, Ottawa. — JAS. HAYWOOD, Toronto. — CHAS. DUNCAN, Winnipeg. — GRANT OXLEY & Co., Halifax, N.E. — C. DE CARTERET, Kingston. — BUCHANAN & AHERN, Québec. — J. L. LOVITT, Yarmouth. — SHALLCROSS, McCAULAY, Calgary, JOHNSTON & YOCKNEY, Edmonton, Alta.

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

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

Téléphone Est 1185.

MONTREAL.

Echange reliant tous les services:

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

Bureau de Montréal: 80 rue St-Denis.

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

Bureau de New-York: Tribune Bldg., William D. Ward, représentant.

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

Toute année commencée est due en entier.

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

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

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

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

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, Vendredi, 6 Mars 1914.

Vol. XLVII—No 10.

LES COLPORTEURS

Nous avons très souvent dans ce journal attiré l'attention des épiciers sur le tort considérable qui leur était fait par les colporteurs.

Nous avons toujours signalé que le meilleur de la vente était aux colporteurs, et que les épiciers se concurrençaient entre eux sur des articles parfois insignifiants.

Les différentes méthodes qui ont été employées pour combattre les colporteurs n'ont pas donné les résultats attendus. Le public n'a pas répondu à l'appel et n'a pas compris qu'il était aussi intéressé que les épiciers dans cette question, puisqu'il paie généralement plus cher des colporteurs que dans les magasins.

Dernièrement nous demandions à un épicier bien qualifié, quelle était la base de son commerce, c'est-à-dire quel était l'article qui attachait le plus le client à son magasin, et sa réponse fut le café. C'est l'article que lui prend le client en toutes saisons.

En effet, la ménagère qui prend son café au colporteur, lui achètera forcément le chocolat, les pâtes, etc.

Si, au contraire, elle achète son café de l'épicier, elle sera une cliente fidèle qui prendra également tous les autres articles.

Nous conseillons donc aux épiciers de porter une attention toute spéciale à la préparation et à la vente du café.

temps les plus reculés. L'industrie de la chaussure est certes l'une des plus anciennes, car de tout temps, l'homme était dans l'absolue nécessité de se protéger les pieds. Les sandales faites de bois et attachées de lanières de peaux crues, semblent être la première forme adoptée. Vers le douzième siècle l'on commença à fabriquer un dessin de chaussure qui protégeait le bas de jambe en même temps que le pied, mais ce n'est qu'au treizième et quatorzième siècle que cette industrie fit de réels progrès. L'on peut retracer une association de cordonniers qui date du quatorzième siècle. Cette association existait à Londres, Angleterre. L'apprentissage du métier était de sept ans. Les cordonniers du temps se rendaient de famille en famille, et travaillaient à domicile.

Ce n'est que vers l'année 1850 que l'on commença à se servir de machines dans la fabrication des chaussures. La première machine inventée était pour rouler le cuir afin qu'il soit d'égale épaisseur. Si l'on considère qu'aujourd'hui les chaussures sont faites entièrement à la machine, l'on peut se faire une idée des progrès qui ont été faits dans cette industrie. C'est grâce à ces machines perfectionnées si les chaussures se vendent aujourd'hui à aussi bon marché.

M. Cahill accompagnait ses remarques de vues animées démontrant les nombreuses opérations nécessaires à la confection d'une paire de chaussures.

Comme nous l'avons dit déjà, cette conférence a été très intéressante et, surtout, très instructive. M. Chs. T. Cahill est un orateur sympathique à la parole facile, qui sait charmer son auditoire. Aussi les applaudissements ne lui ont pas été ménagés, et, pour notre part, nous nous plaignons à le féliciter du succès qu'il a remporté. Nous aimerions à avoir le plaisir d'assister souvent à des conférences aussi instructives, et nous croyons que le public, qui en général se montre adverse aux grandes corporations, se rendrait compte que cette industrie n'aurait jamais fait les progrès qu'elle a fait si elle avait eu en même temps à supporter une concurrence désastreuse.

L'HISTOIRE DE LA CHAUSSURE

M. Chs. T. Cahill, le gérant du département des annonces de la United Shoe Machinery Co. du Canada, a fait, ces jours derniers, une très intéressante conférence, dans les salles Stanley, devant les membres de l'Association des Surintendants des Manufactures de Chaussures.

M. Cahill fit l'histoire de la chaussure depuis les



TANGLEFOOT

L'hygiénique destructeur de mouches—Non poison.

Attrape 50,000,000,000 de mouches par an—beaucoup plus que tous les autres moyens combinés. Le poisons sont dangereux.

LES LOIS DU SUCCES

Quel est l'homme d'affaires qui ne soupire pas après le succès? Et il n'y a rien de plus triste à voir qu'un homme combattant, luttant contre tous les désavantages du vieil âge pour n'arriver qu'à enregistrer faillite sur faillite après chaque tentative nouvelle. En présence de ces trop nombreux exemples, tous les jeunes gens devraient se poser cette question: "Pourquoi y en a-t-il qui réussissent quand tant d'autres échouent?" Il y a des raisons bien fondées pour lesquelles certains hommes ont accompli de grandes choses.

Le succès, dans toute entreprise, est l'oeuvre de certaines lois. Il ne vient jamais par hasard. Dans l'opération des lois de la nature, il n'y a rien de tel que le hasard.

Votre sort non plus ne dépend pas du hasard de la chance.

C'est l'esprit et non le corps qui constitue votre "vous".

Si donc vous pensez et gardez en esprit les vertus de détermination, d'espérance, de gaieté, de force, de puissance, de justice, de gentillesse, d'ordre, de précision, vous vous assurerez d'autant plus d'éléments qui nourrissent la pensée et qui sont aussi des éléments de succès. Ils existent tout comme les autres choses visibles et palpables.

Tout le monde connaît la réponse de Newton à une dame qui lui demandait comment il était arrivé à découvrir les fameuses lois de gravitation. "C'est en y pensant constamment", répondit-il.

La complète concentration seule peut rendre le succès possible. Et le germe de ce succès réside dans l'homme et non dans les circonstances. On ne l'obtient pas à simplement le chercher, mais il est le fruit de la libre association des idées, des pensées, des actions. C'est le résultat du développement libre de l'esprit, du caractère humain, et il se révèle souvent après l'insuccès d'une importante affaire.

Les hommes qui ont le plus constamment commandé l'admiration universelle ne sont pas ceux qui ont atteint le sommet de la popularité par le succès seulement. On ne se souviendrait de Napoléon que pour sa tyrannie, si ce n'était à cause de Waterloo et de Ste-Hélène.

Celui qui veut compter pour quelque chose dans la vie doit se faire à l'idée non seulement de surmonter mille obstacles mais aussi de vaincre en dépit de mille défaites. Il peut ne pas réussir par le premier moyen mis en oeuvre, et être obligé d'en essayer plusieurs autres. D'une part, il faut de la résolution, et de l'autre ne pas craindre d'essayer de nouvelles méthodes sous prétexte que les précédentes n'ont pas réussi.

Le côté purement disciplinaire du succès échappe souvent à l'observation. Dans le rayon lumineux qui environne une carrière ostensiblement prospère, les lignes, les traits grossiers sont tellement adoucis qu'ils échappent à la puissance visuelle. Mais l'homme qui réussit, s'il se connaît un peu, sait qu'il est sans cesse exposé aux épreuves et à l'adversité, et que c'est dans ces épreuves que doivent se révéler les qualités de son caractère.

En un mot, le succès repose dans les choses que l'on persiste à faire longtemps après avoir perdu plaisir et satisfaction à les faire. Personne ne peut rester oisif. Du moment où cesse le progrès, commence la rétrogradation.

Un grand philosophe a dit que le travail est l'unique grande loi du monde qui conduise les organisations lentement, mais sûrement.

La vie n'a pas d'autre signification.

LA MANIERE DE RECONNAITRE LES CUIRS

Réputation du cuir de Russie. — Difficultés de juger de son authenticité. — Succès éphémère des peaux de fantaisie. — Le maroquin.

Le cuir de Russie est un cuir qui se distingue par sa grande finesse et sa souplesse, en même temps que par sa solidité et son imperméabilité et qui jouit d'une réputation toute particulière sous ce nom.

Autrefois on le fabriquait en Russie seulement et le secret de sa fabrication a été à l'origine soigneusement gardé; les Occidentaux arrivèrent cependant à le découvrir et c'est alors que d'autres pays se mirent avec succès à le produire, néanmoins les Joufts préparés en Russie sont restés et restent encore aux yeux du public comme les plus beaux. On le confectionne généralement avec des peaux de vaches ou de génisses et le fait que les vaches russes ne dépassent pas une taille moyenne sert jusqu'à présent, lorsqu'on examine les cuirs de joufts (en peaux entières) à reconnaître leur origine et leur authenticité russe.

Le tannage du cuir de Russie se fait dans l'Est à l'écorce de saule ou de sapin et en Sibérie avec l'écorce intérieure de bouleau.

Bien que les procédés de tannage même dans les établissements russes puissent différer, ce n'est que dans l'appât qu'on lui donne, par un traitement spécial à l'huile de bouleau, l'odeur qui lui est propre et qui a constitué de tout temps le trait caractéristique du cuir de Russie. La couleur rouge du grain, qui passait jadis pour une propriété inhérente du cuir de Russie mais à un degré moindre que l'odeur, lui est donnée à l'aide d'un confit, constitué par une liqueur d'alun et de santal. Il existe d'ailleurs de véritables cuirs de Russie noirs.

Les grains rayés artificiellement sont considérés souvent comme une preuve que le cuir n'est pas authentique et ce n'est pas tout à fait sans motif, il semble en effet que la fabrication n'a pas besoin de donner à ses produits par des moyens artificiels une apparence plus belle, abstraction faite de ceci que la tannerie russe primitive ne connaissait pas assurément les procédés modernes.

Juger de l'authenticité d'un cuir de Russie n'est pas assurément une tâche facile, et s'il est un cas où l'on doit s'en remettre au conseil de se servir des cinq sens pour arriver à un résultat pratique c'est bien celui-ci, car, s'il faut un nez et des yeux pour voir la couleur et reconnaître l'odeur, les autres organes des sens n'en sont pas moins indispensables pour vérifier les propriétés fondamentales du cuir. Le véritable cuir de Russie doit avoir la saveur du cuir roussi: serré entre les doigts, il doit laisser entendre un léger craquement et dénoter au toucher la souplesse et le moelleux qui le distinguent.

La technique en tannerie n'ayant pas cessé de faire des progrès, on a utilisé la peau d'une foule d'animaux étrangers à nos pays dans l'intérêt de la cordonnerie et on est parvenu ainsi à faire des chaussures avec du cuir de phoque, de marsouin, de crocodile, d'alligator. Il a fallu pour cela, on le devine, beaucoup d'adresse. Cependant ces différents cuirs doivent être considérés plutôt comme des articles de fantaisie, attendu que la consommation en a largement baissé, n'oublions pas, du reste, que le cuir de marsouin ne possède qu'une solidité et une imperméabilité relatives et que celui d'alligator ne tarde pas à prendre une vilaine apparence. Le cuir de marsouin que l'on offre aujourd'hui est presque toujours de l'imitation, en réalité c'est du veau.

Le maroquin est originaire du Maroc, d'où il tire son nom. Jadis il se fabriquait aussi dans d'autres pays, en

Orient, à une époque récente la fabrication du maroquin s'est introduite en Europe, aux environs de Cordoue (Espagne) où les Maures ont créé des tanneries de maroquin, ce dernier porte le nom de cordouan. Le vrai maroquin d'importation est du cuir de chèvre invariablement et n'a pas d'autre nuance que le rouge et le jaune.

Le maroquin d'Europe est fabriqué avec des cuirs de chèvre ou de mouton, il est teint de toutes sortes de nuances et l'on fait même du maroquin doré ou argenté.

Nos fabriques françaises sont arrivées dans cette fabrication à une perfection qui n'est dépassée par aucun autre pays.

CAFES

Le marché du café a subi peu de changement, cette semaine; toujours de petites fluctuations journalières dues à des influences de places, et peu de variations à enregistrer dans les prix. Au fond, le sentiment dominant, à savoir l'espoir d'assister à une reprise des cours, se trouve constamment mis en échec par les recettes du Brésil, dont la décroissance est loin de s'effectuer avec la rapidité que l'on escomptait. Au point où nous en sommes, il faut reconnaître qu'à moins d'une véritable chute durant les quatre derniers mois de la campagne, la récolte de Santos s'établira à un chiffre dépassant toutes les prévisions, et que, malgré l'importance des débouchés, les quantités disponibles dépasseront probablement les besoins.

En ce qui concerne ces derniers, ils s'annoncent particulièrement élevés pendant les prochaines semaines, mais avec les grosses recettes et l'augmentation des arrivages de cafés doux, l'orientation des cours est certainement encore fort incertaine.

Au sujet de la prochaine récolte, on dit toujours fort peu de chose. A noter cette semaine la tendance soutenue des marchés brésiliens, malgré les incertitudes de la situation financière.

LA CHAMBRE DE COMMERCE DU DISTRICT DE MONTREAL

Mercredi après-midi a eu lieu à la Chambre de Commerce du District de Montréal une assemblée qui fut fort intéressante sous la présidence de M. Adélar Fortier.

Parmi les personnes présentes, nous avons remarqué MM. J. D. Joubert, 1er vice-président; G. Gonthier, trésorier; W. U. Boivin, secrétaire; C. H. Catelli, J. O. Labrecque, Ludger Gravel, A. C. Caron, A. P. Frigon, Arthur Léger, I. Cardin, ex-échevien Labrecque, J. G. A. Filion, A. Cabana et plusieurs autres.

Les différents comités ont fait rapport, faisant connaître le résultat de l'élection des présidents de comités.

Bien que M. Frank Pauzé fut absent, le secrétaire fit lecture du rapport de M. Pauzé qui est délégué de la Chambre au bureau de direction de l'Ecole Technique. Ce rapport est des plus intéressants et contient des informations importantes qui ont été très appréciées par les membres de la Chambre. Il est à espérer qu'un rapport aussi détaillé sera bientôt présenté par les représentants de la Chambre qui font partie du bureau d'administration de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales. Les membres de la Chambre ont certes raison de vouloir savoir ce qui se passe dans ces deux institutions.

Après la réception de ces différents rapports et avoir

entendu quelques remarques de la part de M. A. P. Frigon concernant le canal de la Baie Georgienne, M. Léon Garneau, avocat, a passé en revue la législation commerciale passée à la dernière session de la Législature. Il dit en somme:

"La législation commerciale passée par la Législature n'est pas très étendue. Elle se résume à trois lois qui sont cependant d'une grande importance dans le monde commercial.

"La loi sur les ventes en bloc a été amendée de manière à garantir les droits de tous les créanciers d'un vendeur qui ne s'est pas acquitté de toutes ses redevances. Autrefois l'acquéreur dans une vente en bloc n'était tenu de payer que les créanciers dont les marchandises étaient encore dans l'établissement du vendeur; dorénavant, tous les créanciers, que leurs marchandises aient été vendues ou qu'elles soient encore au lieu d'affaires du vendeur, devront être mentionnés sur la déclaration prière à la vente, que doit faire le vendeur dans la vente en bloc; et l'acquéreur devra se charger de ces créances."

"La loi sur l'élection de domicile est de nouveau revenue devant la Législature et cette fois elle a passé mais avec des amendements tels qu'elle ne modifie en rien les relations entre les marchands de gros et les marchands détailliers.

"La loi telle qu'elle se lit aujourd'hui ne s'applique qu'aux commerçants dans leurs relations avec les non-commerçants. Pour ceux-là seuls, la loi est changée en ce qu'elle permet à tout non-commerçant d'élire son domicile légal au lieu où il demeure réellement, dans toute action ou poursuite judiciaire qui pourrait lui être intentée."

"L'Ecole des Hautes Etudes Commerciales pourra maintenant être annexée à l'Université Laval si le Gouvernement le juge à propos. Une loi a été passée qui autorise le Gouvernement à ce faire. Comme la Chambre de Commerce est très intéressée dans cette question, je propose que la Chambre étudie l'opportunité de cette mesure en une séance spéciale."

M. C. H. Catelli, ex-président de la Chambre, a félicité Mre Léon Garneau de son travail auprès de la Législature, et il croit que la Chambre doit aussi des remerciements à M. L. J. Perron pour l'intérêt qu'il a pris aux intérêts du commerce en ces différentes circonstances.

COMPAGNIES INCORPOREES

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

"A. Bélanger, Limitée." Pour manufacturer et faire le commerce de machines agricoles de toutes sortes, poêles, engins à gazoline, etc. Capital-actions, \$300,000, à Montmagny.

"Hôtel Florence, Limitée." Faire le commerce des immeubles en général dans toutes ses branches. Capital-actions \$99,000, à Montréal.

"Shackell & Garrett, Incorporated." Pour exercer l'industrie d'agents, de courtiers et commerçants d'immeubles. Capital-actions \$20,000, à Montréal.

"Montreal Elswick Land Company." Pour faire le commerce d'immeubles en général dans toutes ses branches. Capital-actions \$20,000, à Montréal.

"Theo Café, Limited." Pour faire le commerce général d'hôteliers, restaurateurs, confiseurs, etc. Capital-actions, \$75,000, à Montréal.

L'UNIFORMITE DES PRIX DIMINUE-T-IL LA CONCURRENCE?

Le maintien des prix par les détaillants est-il pour le public une source de profits ou de pertes? Quelques mots sur le droit et le devoir qu'ont les fabricants de s'entendre entre eux pour le maintien des prix seront la réponse à cette question.

Si le maintien des prix doit étouffer la concurrence, c'est une chose nuisible; s'il doit contribuer à l'amélioration de la qualité, ce devient une pratique excellente.

Il y a différentes sortes de concurrences; il y a d'abord celles des prix, qui souvent est la cause de l'infériorité de la qualité; il y a aussi celle de la qualité, quand les prix sont uniformes et que seul cet élément peut faire préférer tel article à tel autre. La première de ces concurrences est rarement à l'avantage du consommateur, la seconde lui est presque toujours profitable. Les fabricants qui imposent à leurs vendeurs les prix auxquels leurs produits doivent être offerts, se trouvent aussi bien placés vis-à-vis de la clientèle que ceux qui fabriquent des articles analogues sans donner une base de vente. Cette discussion a trait uniquement à cette catégorie de fabricants qui agissent individuellement et non à ceux qui s'entendent entre eux pour établir des prix uniformes. On a trop souvent tendance à confondre ces deux catégories.

Le fabricant qui établit un barème de prix pour ses articles et alloue au commerçant une certaine commission en insistant pour que ce dernier respecte le prix fixé, ne saurait pour cette raison être à l'abri de la concurrence. S'il est sage, il comprendra ce qu'il en coûte à un commerçant pour tenir ses articles, et lui consentira une remise suffisante pour lui permettre de récupérer ses frais et en même temps d'avoir un bénéfice; mais il réduira ce pourcentage au strict nécessaire pour enlever toute tentation au débitant d'avilir le prix de ses produits. Ce sage fabricant, en établissant ses prix, fera en sorte d'avoir un bénéfice normal tout en rémunérant par une commission suffisante le travail de son vendeur. Les consommateurs aimeront cette façon de faire, car tous paieront un prix uniforme.

En plus de son propre bénéfice le commerçant ne doit jamais oublier de faire une estimation de ses dépenses, sans quoi il ira infailliblement à la faillite. N'est-il pas plus correct pour un marchand de n'avoir qu'un seul prix et de vendre à Pierre aux mêmes conditions qu'à Paul, plutôt que de perdre sur l'un et de se rattraper en faisant double bénéfice sur l'autre. C'est ce qui se produit fatalement quand les prix ne sont pas imposés. Le détaillant le sait bien, lui, si le public l'ignore souvent. Ce plan des prix unifiés est tout à l'avantage particulièrement du petit consommateur que la loi essaye manifestement de protéger. On a reconnu que les chemins de fer ne devaient pas favoriser le gros expéditeur plus que le petit; ils payent tous deux indifféremment le même prix. Rien n'est plus juste.

Mais comment la concurrence pourra-t-elle atteindre le fabricant?

Supposons qu'un fabricant fasse annoncer par la voie de la réclame, un article au prix de 10 centins. Ce prix est connu rapidement de tout le monde; inutile de dire qu'il comprend la commission réservée à l'intermédiaire; ce qui fera sa force, ce sera sa qualité. Admettons qu'un autre fabricant apporte dans la construction ou la qualité de cet article une amélioration importante, qu'arrivera-t-il? Une des trois choses suivantes: 1° La nécessité où se trouvera le premier fabricant d'augmenter sa qualité pour égaler son concurrent; 2° la diminution du prix qui donnera au petit commerce la perspective d'un plus gros bénéfice, et 3° enfin,

si la marge des bénéfices du fabricant ne permet pas cette diminution, la suppression pure et simple de cet article. Si le fabricant est amené à baisser son prix, ce nouveau tarif devra être encore adopté uniformément quelle qu'en soit la réduction et tout comme si c'était un prix normal. La concurrence aura rempli son rôle et le maintien des prix n'aura pas empêché cette diminution, il n'aura fait que la rendre uniforme. Imposer ses prix, cela veut dire fixer un certain prix sans qu'il soit permis de le dépasser ou de le diminuer, la concurrence jugera s'il doit être abaissé. Quelle que soit la règle établie au sujet des prix, elle ne saurait détruire la loi de l'offre et de la demande.

Les prix ainsi imposés s'offrent d'eux-mêmes au verdict de la concurrence, car il devient aisé à tout fabricant d'étudier la manière de faire mieux sans changer de prix. S'il fixe son prix convenablement, il peut donner de la bonne qualité et défendre à son débitant d'y apporter un changement, car il se fait une renommée de son principe: "Un seul prix pour tous". Le but visé est d'amener le fabricant à donner le maximum de qualité pour le prix fixé.

LA PRODUCTION ET LE COMMERCE DES CITRONS EN SICILE

Le dernier Bulletin de la Chambre de Commerce de Palerme a publié sur les diverses récoltes de citrons en Sicile des indications qu'il nous paraît intéressant de porter à la connaissance de nos lecteurs ainsi que des marchands et des importateurs.

Les citronniers — à la différence des orangers et des mandariniers — donnent plusieurs récoltes pendant le cours d'une année. Il y a lieu d'envisager les productions suivantes:

1° Production de mai. — Elle vient à la suite de la floraison du mois de mai de l'année précédente. Elle n'a lieu que dans la région de Palerme. Les fruits ainsi produits sont désignés sous le nom de "verdelli" très précoces. La récolte en est d'ailleurs peu importante;

2° Production de juin. — Elle n'est pas constante. Il s'agit encore de primeurs et de fruits provenant de la floraison de mai-juin de l'année précédente;

3° Production des "verdelli" ordinaires. — La récolte de ces citrons — encore précoces — se fait en juillet et en août, à la suite de la floraison des mêmes mois de l'année précédente; elle est très importante au point de vue commercial;

4° Production des citrons dits "bâtards", ainsi qualifiés parce qu'ils tiennent à la fois du "verdello" et du citron ordinaire. — On les cueille vers le mois d'août; ce sont les derniers "verdelli" et ils proviennent de la floraison d'août-septembre de l'année précédente;

5° Production dite de mars, parce qu'elle vient à la suite de la floraison du mois de mars de la même année où se fait la récolte, laquelle a lieu en septembre et en novembre;

6° Production hivernale. — Elle résulte de la floraison de mars-avril de la même année. C'est la production normale qui dure plusieurs mois. On peut laisser le fruit sur l'arbre, non seulement tout l'hiver, mais jusqu'au commencement de l'été.

Les époques de production mentionnées ci-dessus varient suivant les zones cultivées; ainsi, à Messine, la production ordinaire commence en octobre; mais l'exportation des trois principaux marchés d'agrumes, Palerme, Messine et Syracuse, ne se ressent pas de ces différences de cultures, les

ports concentrant des fruits de toutes les régions de la Sicile.

En ce qui concerne le point de vue agricole, les producteurs sont en mesure de hâter ou de retarder la production suivant les demandes des exportateurs, et c'est pour ce motif que la culture des "verdelli" est si intense en Sicile; elle permet, en effet, aux cultivateurs de ce fruit d'obtenir des résultats plus rémunérateurs que ceux qu'ils peuvent tirer de la vente des citrons ordinaires. Ces derniers ne viennent à maturité que pendant les mois d'été, alors que les "verdelli" peuvent être cueillis dès le mois de mai. Ils répondent surtout aux besoins de la clientèle américaine, qui recherche tout particulièrement ces primeurs. Ces "verdelli" sont vendus jusqu'à dix dollars le mille, et même plus certaines années, alors que les citrons ordinaires n'atteignent que les prix de sept à huit dollars pendant les bonnes années.

La récolte des citrons "normaux" se fait d'abord dans la province de Syracuse, puis dans celle de Catane, et ainsi de suite, en suivant la côte de Messine à Palerme. Toutefois, ces citrons sont prêts à être exportés en petites quantités, il est vrai, dans toute la région de Messine dès le mois de septembre et, en plus grande quantité, en octobre. Dans la province palermitaine, c'est au mois de novembre qu'on commence à préparer des quantités appréciables pour l'exportation, laquelle devient plus importante en décembre. Quant aux "verdelli", leur cueillette a lieu dès la fin d'avril, aussi bien dans la région de Messine que dans celle de Palerme, mais leur principale récolte se fait de juin à août.

La qualité des fruits varie selon les époques et les contrées de culture; la nature du sol et diverses conditions climatiques avantagent tout particulièrement le citron de Messine qui est à la fois plus précoce, plus acide et plus ferme que celui de Palerme; cependant, depuis le mois de février, les citrons de Messine ne peuvent pas être expédiés au-delà de l'Europe centrale, en raison même de leur maturité précoce. Par contre, les citrons "normaux" de la région palermitaine, à part quelques exceptions, peuvent rester sur l'arbre après cette époque et mûrir encore; de sorte qu'on peut les exporter vers des régions plus lointaines.

Pour pouvoir rivaliser avec d'autres places plus favorisées au point de vue des primeurs, les grandes maisons d'exportation de Palerme achètent, dès le début de la campagne, des fruits provenant des autres régions, et, en particulier, de la province de Syracuse.

Les expéditions de Palerme sont dirigées principalement vers le Nord de l'Europe, les Etats-Unis et le Canada, et ce port est dans des conditions plus avantageuses pour les exportations dans ces pays que les autres ports de la Sicile en ce qui concerne les citrons. En effet, ces derniers étant restés moins longtemps à bord arrivent à destination dans de meilleures conditions de conservation. De même, les autres ports, tels que Catane, Syracuse et Messine jouissent du même avantage en ce qui concerne les expéditions faites par le canal de Suez, ou de celles dirigées vers le Levant ou l'Europe centrale.

Les citrons sont emballés dans des caisses contenant de 250 à 300 fruits, suivant grosseur; ils sont disposés par rangées de 25 à 30 et enveloppés dans du papier de soie.

MEDIUM ET CIRCULATION DE LA PUBLICITE

Annoncer, dans la signification moderne du mot, c'est la publicité faite pour les fins de vendre des marchandises ou des services. N'importe quand le mot annonce ou le mot publicité sont employés, cela signifie annonce commerciale ou publicité commerciale.

Maintenant, pour annoncer il est absolument nécessaire d'employer quelque médium qui publie l'annonce. Un médium d'annonce est une chose concrète qui porte le message de l'annonceur à la personne à laquelle il désire faire connaître les articles ou les services que l'annonceur a à vendre.

L'annonce ou la publicité ont été classifiées de différentes manières, mais une analyse soignée de la pratique démontrera que la publicité, comme la plupart des autres choses, est un mécanisme; le mécanisme comprenant les personnes qui préparent la publicité et les personnes qui préparent le médium, ensemble avec la publicité elle-même (l'annonce finie et publiée) et les personnes qui voient l'annonce lorsqu'elle est publiée. La puissance principale du mécanisme est l'annonce elle-même, qui tient le mécanisme entier en mouvement. Le résultat est la vente des marchandises ou des services — lorsque la machine est construite et manœuvrée avec intelligence et habileté.

L'annonce est mieux classifiée par le médium qui la publie. Ainsi, la publicité faite par un journal quelconque, ou par des enseignes extérieures de quelque sorte, ou encore par circulaires, lettres, catalogues ou autres plans similaires que l'on appelle espace d'annonce. Lorsque l'annonceur met son annonce sur quelque article de plus ou moins de valeur ou d'utilité, tel que calendrier, canif ou autre, qu'il distribue gratis pour obtenir la clientèle de celui qui le reçoit, cette publicité est appelée annonce de spécialité, et le médium (qui est l'article donné), est appelé annonce de spécialité. Lorsque l'annonceur offre un article de valeur, tel qu'une horloge ou autre chose d'utilité ou de beauté, comme prime à être donnée à la personne qui achètera un certain montant de marchandises, le médium est appelé un médium de "prime". Aussi dans toute la plus grande conception du mot, on peut dire que tout médium d'annonce peut être classifié en trois grandes sortes: Médium espace, médium spécialité et médium prime. Il n'y a pas d'autre sorte de médium d'annonce et il n'y a pas d'autres sortes d'annonces. Une parade de cirque, par exemple, est précisément la même chose qu'un canif ou un calendrier donnés pour se faire des amis. C'est une pure et simple annonce de spécialité, la seule différence étant que le médium n'est pas "donné" aux personnes dont on désire la clientèle, et l'annonce elle-même est partie vivante et partie inanimée, pas entièrement inerte comme le canif ou le calendrier.

Chacune des trois sortes de médium elles-mêmes peuvent être classifiées en deux grandes sortes, et ces deux sortes, sur analyse, pourront se distinguer absolument l'une de l'autre par la "manière de circulation" du médium.

Il y a deux sortes de circulation, donc il y a deux sortes de médium, lorsque le médium est regardé au point de vue de la circulation. Primo, il y a ce que l'on peut appeler la circulation "spécifique". Lorsque le médium d'annonce vient en contact visuel avec les personnes qui ont l'habitude d'acheter les marchandises annoncées — acheteurs actuels, ou possibles acheteurs — la circulation est spécifique.

La circulation spécifique peut se déterminer soit par le "pouvoir de vente" des personnes desquelles elle consiste, ou par les limites étroites et spéciales des "besoins" de ces personnes. Par exemple, si vous vendez des diamants, et que votre médium n'atteint que ceux qui peuvent ou qui achètent des diamants, votre circulation est spécifique pour le pouvoir de vente. Si vous vendez du coton à essayer, des écrous en acier, et que votre médium n'atteint que ceux qui s'en servent, votre circulation est spécifique pour les "besoins" de votre circulation.

Pour la seconde sorte de circulation, il est clair que la circulation doit être de telle manière à atteindre ces deux buts: que votre médium puisse circuler non seulement aux personnes qui peuvent et qui achètent des diamants, du vieux

coton ou écrous en acier, mais aussi aux milliers d'autres qui jamais en aucune circonstance n'ont acheté aucun de ces articles.

En ce cas, votre circulation ne sera spécifique qu'en autant que votre médium atteindra les acheteurs ou possibles acheteurs de ces articles. Dans tous les autres cas, votre circulation est "générale". Dans le premier cas, le médium est spécifique au plus haut degré possible et dans le deuxième cas, sa spécification sera basse.

Maintenant, la spécification de quelques médiums est élastique, tandis que pour d'autres elle est rigide. Elle n'est élastique que lorsque le médium et sa circulation sont absolument sous le contrôle de l'annonceur — lorsque "l'annonceur peut choisir les personnes devant qui le médium est placé".

Par exemple, si vous vous servez de circulaires, lettres, catalogues ou spécialités comme médium, vous pouvez choisir les personnes à qui envoyer votre médium, et ainsi faire à ce que votre circulation soit spécifique ou aussi générale que possible. Le médium est élastique dans ce cas.

Si, d'un autre côté, votre médium est une pancarte, un journal ou une revue quelconque avec une circulation fixe, ou plutôt avec une circulation qui ne peut être étendue ou diminuée à volonté, qui ne puisse être contrôlé par les annonceurs ou autres, la spécification du médium et de la circulation est rigide.

Tous ces faits sont d'importance vitale pour l'annonceur. De toutes les causes contributaires du terrible gaspillage de publicité dont ce pays est affligé, l'ignorance de la signification du médium et de la circulation est une des plus alarmantes. Le gaspillage en publicité signifie haut coût de la vie pour beaucoup de consommateurs. Le haut coût de la vie signifie abaissement du pouvoir d'achat; le bas pouvoir d'achat signifie petite consommation; petite consommation signifie production comprimée; production comprimée signifie plus hauts prix, hommes sans travail et plus bas salaires; tout cela s'appelle langueur commerciale et mal social. Et dans toute cette rétrocession dans l'industrie il n'y a pas de cause contributaire plus puissante qu'une publicité mal faite et improductive.

Naturellement, il y a d'autres causes, mais cette cause particulière est celle qui est la plus concernée ici.

Le but de tout ce qui vient d'être dit est donc "l'économie en annonçant". Car il est clair, pour l'homme d'affaires, que s'il taxe inutilement son prix de vente, quelqu'un récolte le bénéfice, et ce quelqu'un n'est ni lui ni le consommateur ordinaire — les deux parties dont au fond les intérêts sont identiques.

LAPORTE, MARTIN, LIMITEE

La célèbre maison d'épicerie et liqueurs en gros Laporte, Martin, Limitée, fait cette semaine une annonce spéciale des produits alimentaires de la maison Feyret & Pisan, de Bordeaux, France. Les clients de cette grande maison pourront voir dans cette annonce qui se trouve dans une autre page de notre journal de cette semaine, qu'ils ont un beau choix d'occasions en toutes sortes de bonnes choses.

Naturellement, comme de coutume, la maison Laporte, Martin a une foule d'autres occasions en fait de toutes sortes d'articles d'épicerie et en vins et liqueurs. Avis à mesieurs les clients de cette fameuse maison de gros.

LES CONSERVES A L'HUILE

Le 15 avril 1912, un décret fut passé en France établissant certains règlements concernant l'étiquetage des conserves à l'huile. Cette réglementation a donné lieu à quelques récriminations chez les fabricants de conserves de sardines et autres poissons. Le but de cette loi est de réprimer les fraudes. Les représentants des fabricants ont eu plusieurs entrevues avec le département, et voici quelques-unes des définitions et interprétations qui ont été arrêtées:

I

A. — Les qualificatifs "vierge", "fine", "surfine", "superfine", "extra-supérieure", sont exclusivement réservés à la dénomination des huiles dont on fait connaître la nature, par exemple: "Sardines à l'huile d'olive surfine", "Sardines à l'huile d'arachide surfine", etc., etc., et à la condition que l'huile de friture soit identique à l'huile de couverture.

B. — Lorsque l'huile de friture n'est pas identique à l'huile de couverture, on ne peut employer les qualificatifs visés ci-dessus, ni le mot "pure", et l'inscription doit être ainsi rédigée: "Sardines à l'huile d'olive", "Sardines à l'huile premier choix", ou "Sardines à l'huile première qualité".

II

Lorsque la nature de l'huile n'est pas indiquée, il est interdit de faire suivre le mot "huile" des qualificatifs réservés aux huiles dont la nature est indiquée, mais rien ne s'oppose à l'emploi d'autres mentions, et on peut dire, par exemple: "Sardines à l'huile premier choix", "Sardines à l'huile première qualité", "Sardines à l'huile blanche", "Sardines à l'huile de table", "Sardines à l'huile comestible".

Dispositions applicables depuis le 1er janvier aux produits importés.

Délai de tolérance jusqu'au 31 juillet 1914, pour les fabricants français.

Passé cette date, un nouveau délai pourra être envisagé jusqu'au premier janvier 1915, mais seulement à l'égard des fabricants qui auront fourni une attestation concernant l'importance de leur stock de boîtes vides imprimées avant 1911.

Les dispositions nouvelles auront sans doute une influence assez marquée sur la vente de ces produits au Canada.

CE QUI CONSTITUE L'INSUFFISANCE D'UN VENDEUR

- La négligence dans la propreté des vêtements.
- Le manque de dignité dans le maintien.
- Le défaut de tact en se présentant à un client.
- Le retard à un rendez-vous.
- Les manières présomptueuses et arrogantes.
- Le manque de conviction en proposant un article.
- La flatterie immodérée à l'égard du client qui n'est pas dupe de ce jeu.
- L'ignorance des principales qualités de la marchandise.
- Une familiarité déplacée vis-à-vis des clients.
- Une critique acerbe des articles concurrents.
- Ridiculiser les idées et les principes des clients.
- Avoir l'air de méconnaître le désir du client.
- Vouloir capter la confiance par le bluff plutôt que par des arguments solidement établis.
- Se perdre dans des détails futiles au lieu de s'arrêter aux points essentiels.
- Passer ses nuits à faire la noce et le lendemain, n'avoir pas tous ses moyens à soi.
- Parler trop, sans laisser au client le temps de placer deux mots pour expliquer ses besoins.

Ne pas répondre intelligemment, d'une façon concise et convaincante, aux objections et questions posées.

Essayer de vendre un article au client sans l'avoir convaincu.

Enfin, méconnaître son métier, ignorer la façon de défendre la marchandise et laisser voir au client qu'on n'entend rien du tout au métier.

COMMENT REUSSIR

L'esprit humain comporte trois états différents: l'ignorance, le savoir et l'étude, et dans chacun de ces trois états il y a des gradations; mais on est bien obligé de reconnaître que la masse des gens sont, à un degré plus ou moins élevé, dans le premier état, c'est-à-dire l'ignorance.

La principale raison de l'ignorance est la méconnaissance des fonctions normales de l'esprit et du corps, et de la méthode à suivre pour les développer et les convertir en puissance.

La valeur de tout homme peut généralement être mesurée selon le degré de surveillance qu'il exige dans son travail. Plus on a à lui dire ce qu'il doit faire, plus il a besoin d'être contrôlé et guidé, moins il a de la valeur. La surveillance est nécessitée par les erreurs commises, les omissions, les négligences et mille autres défauts du travail. Dans beaucoup de cas, cette surveillance s'impose d'une façon absolue, et si l'on fait un total approximatif des pertes qu'elle entraîne dans toutes les entreprises d'un pays réunies, on arrive à un chiffre formidable.

Tout individu possède un mélange de défauts et de qualités; scientifiquement, on nomme les premiers "des négatives" et les secondes "des positives". Or, toute erreur ou omission est la résultante d'une des négatives qui existent dans l'homme, et le seul remède à y apporter consiste à éliminer ces négatives en fortifiant les positives correspondantes.

Dans la nature, nous trouvons partout la grande loi duelliste des oppositions; par exemple, nous voyons l'ombre comme une négative et la lumière comme une positive; nous considérons le froid comme une négative et la chaleur comme une positive. De même, dans l'homme, nous trouvons la négative de l'inattention et la positive de l'observation, la négative de l'esprit de diffusion et la positive de celui de concentration, la négative du manque de discernement et la positive du jugement, la négative de l'intelligence bornée et la positive de l'imagination.

L'homme inattentif ne peut pas avoir d'idées suivies; en conséquence, son esprit demeure inactif. Les psychologues nous enseignent que l'homme ordinaire ne fait usage que de dix pour cent des cellules de son cerveau dans son travail journalier; il n'en faut pas plus pour déterminer la cause de son inefficacité.

Un patron de manufacture nous disait récemment que la négative de l'oubli avait coûté, l'an dernier, à son entreprise, plus de \$10,000; et combien de propriétaires d'usines peuvent arriver à cette conclusion que la même négative leur a coûté encore davantage. Elle coûte des milliers de vies chaque année, elle coûte des milliers de dollars, cette négative qui se traduit nonchalamment par cette courte phrase: "J'ai oublié".

La concentration des idées rend l'homme capable de percer le mystère des choses et d'en tirer des conclusions qui seront grosses de résultats. L'inertie est une négative équivalente de "mort lente".

Une imagination sans cesse stimulée donne naissance à des idées, à des plans, des visions de résultats, des concep-

tions de travaux qui conduiront toujours plus en avant sur la route du succès.

Lorsque des gens d'affaires, des commerçants, pensent à l'augmentation et au développement de leur entreprise, et qu'ils envisagent dans leur esprit les améliorations qu'ils peuvent y apporter et le brillant avenir réservé à un commerce bien organisé, ils décuplent leur activité afin d'obtenir que ces choses, qui ne sont que des songes, passent le plus rapidement possible dans le domaine de la réalité.

L'imagination est la partie créatrice de l'esprit, et à moins qu'elle ne soit active et trépidante, à moins qu'elle ne soit constamment à l'oeuvre, nous restons ou nous devenons des hommes quelconques, apathiques, insoucians, et nous descendons graduellement pour disparaître tout à fait. Si nous cultivons l'observation, la concentration d'idées, le raisonnement, le jugement, l'imagination, etc., nous acquérons de plus en plus d'habileté.

Le doute qui tue.

Parmi les négatives qu'il importe encore de combattre avec énergie, figurent le doute et la haine. Le doute a causé la mort de plus de succès que toutes les armes du monde n'ont tué d'hommes. Douter de soi-même, douter de sa maison, douter de ses marchandises, douter du service de ses employés, douter de l'habileté de vente de ses commis, voilà la grande plaie dont on ne guérit pas; le doute est le spectre qui poursuit l'homme sans répit jusqu'à la faillite. La foi en ce que nous pouvons faire, la foi en nous-même, la foi en les gens, la foi en notre labeur, la foi en tout ce que l'avenir nous réserve, voilà ce qui constitue un actif commercial de premier ordre. Selon la foi que vous avez en vous, votre destinée se dessinera contre ou pour vous. L'apathie est une des pires négatives. L'homme qui a laissé cette négative prendre un empire absolu sur lui se range irrémédiablement dans la classe des gens qui répètent à tout propos: "Ce n'est pas utile", ou "A quoi cela sert-il?" Il n'est même pas susceptible de devenir quelque chose; il est un homme qui a été, mais qui n'est plus. L'homme dans lequel gronde l'ambition, a toujours le goût du travail, il n'a pas assez de ses heures pour accomplir ce qu'il conçoit, il grimpe sans lassitude les degrés du succès, depuis le bas jusqu'au faite, et même arrivé à cette hauteur, il sent en lui des forces pour monter encore plus haut.

La santé physique

Un homme peut posséder de l'habileté, avoir confiance en soi, et être affligé cependant d'un corps débile; il peut avoir en lui les négatives de faiblesse, de maladie et de paresse; tout commerçant doit prendre un soin méticuleux de sa santé, car c'est la source de son énergie. La vie d'affaires n'est pas une partie de plaisir, c'est un champ de bataille où les hommes entrent dans la mêlée, et combattent en champ clos jusqu'à la fin. Le commerçant a donc besoin de plus d'endurance physique que n'importe qui. Si tous les hommes d'affaires voulaient seulement se recueillir un instant pour considérer l'actif commercial constitué par les qualités physiques du corps, au même titre que celles de la mentalité, ils veilleraient à ce que leurs employés prennent plus de soin des conditions physiques d'où découlent la vitalité de l'énergie, et le résultat de cette sollicitude se manifesterait non seulement par un meilleur état d'esprit constaté chez leur personnel, mais aussi par plus d'argent dans leurs coffres.

Une volonté ferme

L'habileté, la confiance en soi et l'endurance ne suffisent pas à un homme pour être complet; il lui manque la puissance de la volonté. Il y a lieu d'appeler d'abord l'attention sur ces trois défauts: l'indécision, l'inertie et l'incertitude.

Beaucoup d'hommes ne peuvent se résoudre à décider ce qu'ils doivent faire; ils aimeraient faire ceci ou cela, ou autre chose encore, mais ils ne peuvent arrêter leur esprit à une action bien définie. La puissance de décision leur manque. Certaines personnes savent décider ce qu'elles ont à faire, mais n'ont pas le courage d'exécuter l'objet de leur décision; elles sont atteintes d'inertie. Cette négative, inertie ou paresse, anéantit tous les songes qui jaillissent dans l'esprit de la jeunesse; elle conduit à penser que le succès n'est jamais que le résultat du hasard ou de la chance, et incline ceux qui en sont atteints à rechercher des occupations faciles, à travailler à des choses sans importance. Elle empêche le développement de leur esprit par la lecture et l'étude; elle leur fait négliger les forces du corps et considérer la culture physique comme une chose accessoire; elle les rend jaloux des autres, en attribuant à la chance leur réussite; elle ne fait que des médiocres et des ratés.

L'homme d'initiative est un homme d'action: il est plus vigoureux dans la lutte, il désire plus ardemment obtenir des résultats; mais un tel homme peut prendre une décision sur ce qu'il doit faire, et commencer à l'accomplir, puis s'arrêter ensuite et tomber, parce qu'il vacille et hésite. Il s'ensuit que l'homme doit cultiver cette grande qualité positive qu'est la persistance. Car, si "celui qui perd la bataille est celui qui la croit perdue", suivant un mot célèbre, celui qui sait décider une chose, en entreprendre l'exécution et la poursuivre avec persistance, est celui qui réussit.

LA CAUSE DES FAILLITES.

Les autorités en matière commerciale apportent de nombreuses raisons aux faillites enregistrées chaque année par les agences mercantiles. Le fort pourcentage des entreprises qui ne réussissent pas indique qu'il existe des causes puissantes à l'encontre des efforts, et tous les hommes d'affaires ont intérêt à connaître ces causes. Certaines d'entre elles viennent de l'extérieur et sont par conséquent incontrôlables par le marchand; mais les autres sont absolument internes et, dans chaque cas, elles tombent sous le contrôle immédiat du commerçant.

Parmi ces causes internes signalées par les agences mercantiles au sujet des trop nombreuses faillites, on trouve d'abord l'insuffisance de capital et le manque d'habileté de la part du marchand. Ces deux causes sont apparemment identiques, car un marchand qui engage trop peu de capital dans un commerce, ou qui lance une entreprise d'une trop grande importance pour le capital disponible, celui-là manque totalement de l'habileté requise pour mener une affaire au succès. Le manque d'habileté est certainement la principale cause interne de l'insuccès en affaires et c'est le devoir du marchand d'étudier son commerce et d'augmenter son habileté à le conduire autant que faire se peut, afin d'éviter la faillite.

Pour bien connaître ses affaires, un marchand doit en analyser tous les plus infimes détails matériels et de fonctionnement en même temps que leurs rapports les uns avec les autres. Dans cette étude des détails matériels, il doit d'abord considérer son personnel et son capital. Chacun de ces deux services ou divisions peut être analysé par subdivision, selon l'étendue et le caractère du commerce, mais le capital d'un commerce ordinaire consiste généralement dans le stock de marchandises à vendre, l'équipement et les accessoires nécessaires à la conduite des affaires, de l'argent en caisse et des obligations recevables. Dans l'analyse des détails du fonctionnement des affaires, le marchand devra considérer les opérations essentielles qui consistent

dans l'achat, les sources de provenance, l'emmagasinage, l'assurance, les débours, la publicité, la vente, la livraison, la perception, les opérations de banque, la comptabilité et la correspondance.

Un marchand ne peut jamais trop bien connaître ses affaires et, afin de les connaître parfaitement, il doit en étudier les détails essentiels. Pour atteindre le succès, il doit voir à ce que tous ces détails soient coordonnés.

CONSEILS AUX COMMIS

Ne soyez jamais paresseux. Il y a toujours beaucoup à faire dans un magasin si vous voulez chercher. Aucun paresseux n'est jamais devenu riche. Pour votre propre bien, travaillez.

Soyez poli envers tout le monde. La politesse qui va aux gens qui ont le plus d'argent n'est pas de mise dans un magasin — ni ailleurs pour ce motif.

Si vous croyez que vous gagnez plus que l'on vous en donne, dites-le au patron, mais n'essayez pas de hausser votre salaire en prenant dans la caisse.

Peu importe quelle est la femme à qui vous parlez, soyez courtois avec elle. Si vous ne le faites pas parce que c'est une femme, faites-le parce que cela paie.

Tout commis qui fait la noce demande à être surveillé. Si vous êtes de cette sorte, ne vous fâchez pas si votre patron vous surveille de près.

Vous êtes certain de faire des erreurs. Montrez votre appréciation de tous les moyens qu'adopte votre employeur pour les prévenir.

Dénaturer la nature des marchandises c'est risquer votre réputation. Il y a des choses que l'on peut risquer, mais jamais votre réputation.

Il est facile d'être gai lorsqu'on a une bonne santé, et après tout il n'est pas dur d'en prendre l'habitude. Prenez cette habitude.

Avez-vous un idéal? Y a-t-il quelqu'un de votre connaissance à qui vous voudriez ressembler? Si oui, et que vous n'y réussissiez pas, c'est qu'il y a quelque chose qui va mal avec vous ou avec votre idéal.

Dans le magasin vous êtes chez vous et le client est un étranger. Qu'y a-t-il de spirituel de profiter d'une personne en de pareilles circonstances?

Si vous pouvez influencer vos amis à venir acheter où vous travaillez, c'est autant de mieux pour le magasin, mais si vous ne les influencez qu'à y venir flâner, c'est autant de mauvais pour le magasin.

Un commis peut beaucoup mieux faire que de vendre des marchandises. Une des meilleures manières où vous puissiez vous rendre utile, c'est de tenir le stock en ordre. Notez les lignes qui se désossent et mettez-les sur le livre de demandes.

Les commis doivent être les plus soigneux lecteurs de l'annonce du magasin. Si vous ne le faites pas, cette annonce perdra la moitié de son effet.

NECROLOGIE

Nous avons appris avec regret la mort de M. Joseph Fels, survenue la semaine dernière à Philadelphie. M. Fels était le fondateur de la maison Fels & Co., les manufacturiers de savons bien connus fabricant la marque Fels-Naptha.

M. Fels fut l'un des apôtres de l'imposition de la taxe directe sur le terrain exclusivement. Il dépensa beaucoup de son temps et de son argent à cette cause. M. Joseph Fels était âgé de 60 ans.

Epicerie et Provisions

LA SITUATION.

Le commerce de l'épicerie est en bonne posture cette semaine, le marché est ferme, mais sans changement notable dans les prix. Grâce à la saison du Carême, il y a une plus forte demande pour les conserves de poissons de toutes sortes. A part cela, pour les autres articles d'épicerie, les affaires suivent leurs cours habituel.

Nous cotons:

SUCRES

Extra granulé, sac, les 100 lbs.	4.25
Extra granulé, brl., 5 x 20, 100 lbs.	4.35
Extra ground, baril les 100 lbs.	4.65
Extra ground, bte 50 lbs. 100 lbs.	4.85
Extra ground, ½ bte 25 lbs. 100 lbs.	5.05
No 1 Yellow, baril les 100 lbs.	3.90
No 1 Yellow, sac les 100 lbs.	3.85
Powdered, baril 100 lbs.	4.45
Powdered, bte 50 lbs. les 100 lbs.	4.65
Paris Lumps, ½ bte 25 lbs. 100 lbs.	5.30
Crystal Diamond, btes 100 lbs.	5.00
Crystal Diamond, ½ bte 50 lbs. les 100 lbs.	5.10
Crystal Diamond, ½ bte 25 lbs. les 100 lbs.	5.30
Crystal Diamond, Domino, 20 cartons 5 lbs. les 100 lbs.	0.35
Sucres bruts cristallisés, lb.	0.04
Sucres bruts non cristallisés, lb.	0.03½

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

MELASSES

Très bonne demande.

Barbade, choix, tonne	0.32	0.33	0.35
Barbade, tierce et qrt.	0.35	0.36	0.38
Barbade, demi qrt.	0.37	0.38	0.40
Mélasse, fancy, tonne	0.34	0.35	0.37
Mélasse, fancy, tierce et quart	0.37	0.38	0.40
Mélasse, fancy, demi qrt.	0.39	0.40	0.42

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

LARD AMERICAIN

1ère qualité, le quart	29.00
2ème qualité, le quart	27.00

SAINDOUX

Bonne demande.

Saindoux pur, en tinette	0.14½
Saindoux pur, en seau	3.05
Saindoux pur, cse de 10 lbs	0.15½
Saindoux pur, cse de 5 lbs.	0.15½
Saindoux pur, cse de 3 lbs.	0.15½

FARINES ET PATES ALIMEN-

TAIRES

Pâtes alimentaires

Bonne demande.

Nous cotons:	
Arrow root, boîte de 7 lbs.	0.15
Farine Five Roses, qrt.	0.00 6.25

Farine Five Roses, sac	0.00	3.25
Farine Household, prt.	0.00	0.25
Far. "Regal", qrt.	0.00	6.25
Farine à pâtis. Océan, prt.	0.00	5.00
Far. d'avoine granulée, sac	0.00	2.60
Far. d'avoine standard, sac	0.00	2.60
Far. d'avoine fine, sac	0.00	2.60
Farine d'avoine roulée, brl.	0.00	5.00
Farine d'avoine roulée, sac	0.00	2.40
Farine de sarrasin, sac	0.00	3.65
Far. de blé-d'Inde, sac	0.00	2.25
Banner, Saxon et Quaker Oats, et Ogilvie, caisse	0.00	4.00
Cream of wheat, cse	0.00	5.75
Fécule de maïs, 1e qité, lb.	0.07½	0.07½
Fécule de maïs, 2e qité, lb.	0.06	0.06½
Fécule de pommes de terre, qrts de 1 lb., doz.	0.00	1.35
Vermicelle, macaroni et spaghetti Canadiens btes de 5 lbs., lb.	0.00	0.27½
En vrac	0.00	0.05½
Paquets de 1 lb.	0.00	0.07
Nouilles aux oeufs: Paquets de ½ lb., lb.	0.00	0.07½
Spaghetti, pâtes assorties: alphabets, chiffres, animaux nouilles, coudes, importés en vrac, lb.	0.00	0.07½
En paquets de 1 lb	"	0.00 0.08
Tapioca pearl, en sac, la "	0.04½	0.05
Tapioca seed, en sac, la "	0.04½	0.05
Sagou	"	0.04½ 0.05

FROMAGES CANADIENS

Bonne demande.

Les fromages petits et gros se vendent aux épiciers 15½c et 16c la livre.

VINAIGRE

Nous cotons, prix nets:

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

THES

La demande est normale pour les théés de toutes provenances, sauf pour les théés du Japon, qui laissent un peu à désirer.

EPICES PURES, GRAINES ET SEL

Bonne demande courante.

Nous cotons:			
Allspice, moulu	lb.	0.00	0.18
Anis	"	0.08	0.09
Canary Seed	"	0.07½	0.08
Cannelle, moulu	"	0.00	0.25
Cannelle en mattes	"	0.18	0.22
Clous de girofle entiers	"	0.20	0.22
Chicorée canadienne	"	0.12	0.13
Clous de girofle entiers	"	0.22	0.25
Colza	"	0.06	0.08
Crème de tartre	"	0.00	0.30
Gingembre moulu	"	0.00	0.25
Gingembre en racine	"	0.17	0.20
Graine de lin non moulu.	"	0.03½	0.04½
Graine de lin moulu	"	0.06	0.07
Graine de chanvre	"	0.05½	0.07

Macis moulu	"	0.00	0.75
Mixed spices moulues	"	0.00	0.25
Muscade moulu	"	0.00	0.50
Muscade	"	0.20	0.35
Piments (clous ronds)	"	0.07½	0.10
Poivre blanc rond	"	0.25	0.27
Poivre blanc moulu	"	0.00	0.28
Poivre noir rand	"	0.15	0.17
Poivre noir moulu	"	0.00	0.20
Poivre de Cayenne pur	"	0.00	0.25
Whole pickle spice	"	0.16	0.20
Sel fin en sac	"	0.00	1.35
Sel fin en ¼ de sac	"	0.00	0.40
Sel fin, quart, 3 lbs	"	0.00	3.30
Sel fin, quart, 5 lbs.	"	0.00	3.20
Sel fin, quart, 7 lbs.	"	0.00	3.10
Sel fin, en quart de 280 lbs.	"		
Ordinary fine	"	0.00	1.80
Fine	"	0.00	2.05
Dairy	"	0.00	2.15
Cheese	"	0.00	2.45
Gros sel, sac	"	0.65	0.80

ORGE

Légumes secs.

Nous cotons:

Orge mondé (pot), sac	0.00	3.00
Orge mondé (pot), baril	0.00	6.75
Fèves blanches, Can., lb.	0.03½	0.04
Orge mondé (pearl), sac	0.00	4.85
Fèves blanches, Can., lb.	0.03½	0.03½
Fèves jaunes	minot	2.00 2.10
Lentilles rouges, par sac, lb.	0.05	0.06
Lentilles vertes, par sac, lb.	0.04	0.05
Pois Verts, No 1	lb.	0.04½ 0.04½
Pois cassés, le sac	0.03½	0.03½
Blé-d'Inde à soupe, cassé, le sac	0.00	2.40

RIZ

La demande est bonne.

Nous cotons:

Riz importés:

Riz Patna, sacs de 112 lbs., suivant qualité	lb.	0.05½	0.06
Riz Carolina		0.08	0.09
Riz moulu		0.00	0.06
Riz soufflé (puffed) cse de 36 paquets de 2 pintes		0.00	4.25

Riz décortiqués au Canada:

Les prix ci-dessous s'entendent f.o.b. Montréal.

Qualité B, sac 250 lbs.	0.00	3.30
Qualité C, sac 100 lbs.	0.00	3.20
Sparkle	0.00	5.10
India Bright (sac de 100 lbs)	0.00	3.45
Lustre	0.00	3.55
Polished Patna	0.00	4.40
Pearl Patna	0.00	4.60
Imperial Glacé Patna	0.00	4.90
Crystal Japan	0.00	5.10
Snow Japan	0.00	5.30
Ice Drips Japan	0.00	5.45

FRUITS SECS

Assez bonne demande.

Nous cotons:

Dattes et figues:

Dattes en vrac	1 lb.	0.00	0.05½
Dattes en pqts de	1 lb.	0.06½	0.07
Figues sèches en boîtes,			
3 couronnes	lb.	0.09½	0.10½
4 couronnes	lb.	0.11	0.11½
5 couronnes	lb.	0.12	0.12½

7 couronnes	lb.	0.14	0.14½
9 couronnes	lb.	0.15	0.15½
16 onces	bte	0.11½	0.12½
10 onces	bte	0.07½	0.08
Raisins de Corinthe.	Lb.		
Corinthe Filiatras, en vrac		0.00½	0.07
Corinthe Filiatras en car- tons, 1 lb.		0.07½	0.08
Raisins de Malaga.	Lb.		
Rideau	bte	0.00	2.50
Balmoral	bte	0.00	3.00
Orléans	bte	0.00	4.00
Royal Excelsior	bte	0.00	5.50
Raisins Sultana.	Lb.		
En vrac		0.00	0.10
Cartons, 1 lb.		0.00	0.11½
Raisins de Valence.	Lb.		
Valence fine off Stalk, btes de 28 lbs.		0.00	0.06
Valence Selected, btes de 28 lbs.		0.00	0.06½
Valence Layers, 4 cour., btes de 28 lbs.		0.00	0.07
Raisins de Californie.	Lb.		
Epépinés, paq. 1 lb., fancy		0.00	0.10½
Epépinés, paq. 1 lb., choix		0.00	0.10
Noix et Amandes.	Lb.		
Amandes Tarragone		0.20	0.21
Amandes Valence écalées		0.45	0.46
Cerneaux		0.38	0.40
Avelines		0.13	0.14½
Noix de Grenoble Mayette		0.19	0.20
Noix Marbot		0.15	0.16
Noix de Bordeaux écalées		0.34	0.36
Noix du Brésil		0.21½	0.22½
Noix de coco râpées, à la lb.		0.20½	0.22½
Noix Pécan polies		0.18	0.19
Noix Pécan cassées		0.00	0.00
Peanuts non rôties, Sun		0.00	0.08
Peanuts non rôties, Bon Ton		0.00	0.11
Peanuts non rôties, Coon		0.00	0.07
Peanuts rôties, Coon		0.08½	0.09
Peanuts rôties, G.		0.09	0.09½
Peanuts non rôties, G.		0.00	0.07½
Peanuts rôties, Sun		0.10	0.11
Peanuts rôties, Bon Ton		0.12½	0.13½
Pruneaux 30/40		0.00	0.15
Pruneaux 40/50		0.00	0.13
Pruneaux 50/60		0.00	0.11½
Pruneaux 60/70		0.00	0.10½
Pruneaux 70/80		0.00	0.09½
Pruneaux 80/90		0.00	0.09
Pruneaux 90/10		0.00	0.08½
Fruits évaporés.	Lb.		
Abricots, boîte 25 lbs.		0.00	0.20
Nectarines		0.00	0.11½
Pêches, boîtes 25 lbs.		0.00	0.10½
Poires, boîte 25 lbs.		0.00	0.13
Pommes tranchées, évapo- rées, btes de 50 lbs.		0.09½	0.09½
Pelures de fruits.	Lb.		
Citron		0.10	0.11½
Citronelle		0.15	0.16½
Otange		0.11	0.12½

CONSERVES ALIMENTAIRES

Conserves de Légumes

Très bonne demande.
Nous cotons:

	No 1	No 2
Asperges (Pointes), 2 lbs.	2.05	3.00
Asperges entières can., 2 lbs.	0.00	2.25
Asperges Californie, 2½ lbs.	0.00	3.35
Betteraves tranchées, 3 lbs.	0.00	1.32½
Blé d'Inde	2 lbs.	0.92½ 0.95
Blé d'Inde en épis	gal.	0.00 5.00
Catsup, bte 2 lbs.	doz.	0.00 0.85
Catsup au gal.	doz.	0.00 5.00
Champignons hôtel, boîte		0.13½ 0.14½
Champignons, 1er choix		0.20 0.21

Champignons, choix, btes		0.17	0.18
Choux de Bruxelles imp.		0.17	0.18
Choux-fleurs	2 lbs.	0.00	1.65
Citrouilles	3 lbs.	0.80	0.82½
Citrouilles	gal.	2.25	2.27½
Epinaras	gal.	0.00	5.32½
Epinaras	2 lbs.	0.00	1.27½
Epinaras	3 lbs.	0.00	1.77½
Epinaras imp	bte	0.12	0.13
Fèves Golden Wax,	2 lbs.	0.85	0.87½
Fèves Vertes	2 lbs.	0.85	0.87½
Fèves de Lima	2 lbs.	1.17½	1.20
Flageolets importés	bte	0.13½	0.15
Haricots verts imp.	bte	0.13	0.17
Macédoine de légumes, bte		0.10	0.10
Marinades en seau, 5 gal.		0.00	2.50
Petits pois imp. moyens bte		0.11	0.11½
Petits pois imp. mi-fins bte		0.11	0.12
Petits pois imp., fins, bte		0.16	0.17
Petits pois imp. ext. fins, bte		0.17	0.18
Petits pois imp., surfins, bte (manquent)			
Pois Can. English Garden		0.82½	0.85
Pois Can. Early June		0.85	0.87½
Pois Can. Ext. Fine Sifted		0.00	1.30
Succotash	2 lbs.	0.97½	1.00
Tomates, 3 lbs., doz.		0.95	1.00
Tomates, gall.		2.90	2.92½
Truffes, ½ boi		5.00	5.40

Conserves de fruits.

Très bonne demande.
Par doz., groupe No 1 No 2

Ananas coupés en dés,	1½ lb.	0.00	2.25
Ananas importés	2½ lbs.	0.00	3.25
Ananas entiers (Can.)	3 lb.	0.00	2.32½
Ananas tranchés (Can.)	2 lb.	0.00	1.77½
Ananas râpés (emp. Can.)			
Bluets Standard	2 lbs.	0.00	1.80
Cerises rouges sans noyau,	2 lbs.	1.92½	1.95
Fraises, sirop épais,	2 lbs.	0.00	2.40
Framboises, sirop épais,	2 lbs.	2.37½	2.40
Gadelles rouges, sirop épais,	2 lbs.	0.00	2.00
Gadelles noires, sirop épais,	2 lbs.	0.00	2.02½
Groseilles, sirop épais,	2 lbs.	0.00	2.02½
Marinades can. 1 gal.	gal.	0.00	0.80
Olives, 1 gal.	gal.	1.27½	1.70
Pêches jaunes	2 lbs.	0.00	1.42½
Pêches	3 lbs.	0.00	1.90
Poires (Bartlett)	2 lbs.	1.52½	1.55
Poires	3 lbs.	2.02½	2.05
Pommes	3 lbs.	0.00	1.07½
Mûres, sirop épais	lbs.	0.00	1.92½
Pommes Standard	gal.	3.00	3.02½
Prunes Damsion, sirop épais,	2 lbs.	1.10	1.15
Prunes Lombard, sirop épais,	2 lbs.	0.95	0.97½
Prunes de Californie, 2½ lb.		0.00	2.74
Prunes Greengage, sirop épais	2 lbs.	1.07½	1.10
Rhubarbe Preserved,	2 lbs.	0.00	1.52½
Cerises blanches	doz.	0.00	2.25
Cerises noires	doz.	0.00	2.40
Framboises	doz.	0.00	2.40
Mûres	doz.	0.00	2.40
Gadelles rouges	doz.	0.00	2.40

Conserves de poissons

Très bonne demande.
Nous cotons:

Anchois à l'huile (suivant format)	doz.	1.60	4.50
Caviar	½ lb. doz.	5.15	5.25
Caviar	½ lb. doz.	10.00	10.25
Crabes	1 lb. doz.	3.75	3.00

Crevettes en saumure, 1 lb.	0.00	1.6
Crevettes sans saumure, 1 lb.	0.00	1.8
Rinnan Haddies	doz.	1.35 1.4
Harengs frais, importés,	doz.	1.15 1.2
Harengs marinés, imp.	"	1.45 1.6
Harengs aux Tom., imp.	"	1.45 1.4
Harengs kippered, imp.	"	1.50 1.7
Harengs canadiens kippered	0.95	1.00
Harengs canadiens, sauce tomates	doz.	0.95 1.00
Homards, bte h., 1 lb.	"	6.40 6.50
Homards, bte plate, ½ lb.	"	3.50 3.6
Homards, bte plate, 1 lb.	"	6.75 6.90
Mutres (solid meat), 5 oz.	doz.	0.00 1.40
Huitres (solid meat), 10 oz.,	doz.	0.00 2.00
Huitres	1 lb.	0.00 1.50
Huitres	2 lb.	0.00 2.45
Maquereau, tin 1 lb., la doz.		0.00 1.45
Morue No 2	lb.	(manque)
Morue grosse en quart lb.		(manque)
Koyans aux truffes et aux achards	bte	0.17 0.18
Sardines can. ½ bte, case		3.50 4.00
Sardines françaises, ½ btes		0.16½ 0.31
Sardines françaises, ½ btes		0.22 0.50
Sardines Norvège, ½ bte		7.50 11.00
Sardines Norvège, ½ bte		17.00 18.00
Sardines Royan à l'huile, ½		0.40 0.42
Sardines sans arêtes		0.23 0.24
Saumon Labrador, 100 lbs.		0.00 8.50
Saumon Cohoes, Fraser River, 1 lb.		0.00 1.40
Saumon rouge:		
Horse Shoe et Clover Leaf, boîte basse, ½ lb., doz.		1.27½ 1.32½
Horse Shoe et Clover Leaf, boîte basse, 1 lb., doz.		2.07½ 2.12½
Saumon rouge Sockeye (Rivers' Inlet), bte hau- te, 1 lb.	doz.	1.90
Saumon rouge du printemps, bte haute, 1 lb.	doz.	0.00 1.65
Saumon Humpback, 1 lb.	doz.	0.00 0.95
Truite des mers, 100 lbs.		0.00 6.25

HARENGS DU LABRADOR

Quarts	\$6.25
½ quarts	3.35

FROMAGES IMPORTES

Bonne demande.
On cote le fromage de Gruyère:
Fromage entier de 26½ lbs. ou de 80
lbs., 28c à 30c la livre.
En quantité moindre, 28c la livre.
Le fromage de Roquefort se vend de
32c à 33c la lb. et le Limbourg, 24c la
livre.
On cote encore:

Gorgonzola	lb.	0.25
Edam	"	0.24

PRODUITS CHIMIQUES ET DROGUES

Nous cotons:

Acide borique, brls de 336 lbs., lb.	0.10
Alun, barils de 336 lbs.	" 0.02½
Alun, barils de 112 lbs.	" 0.02½
Arcanson, lb.	0.03½ 0.04½
Blanc de chaux, brls de 336 lbs.	0.55
Bois de pêche, pqt de ½ lb.	0.03½
100 ...	0.65
Borax en cristaux, brls de 336 lbs.	lb. 0.05 0.06
Boules à mites	" 0.00 0.00

Camomille	"	0.00	0.40
Campêche (Extrait de):			
boîtes de 12 lbs.	"	0.00	0.11½
btes 24 lbs., pqt 1 lb.	"	0.11½	0.12½
Campbre, la livre		0.00	0.75
Carbonate d'ammoniaque,			
brls 112 lbs., 4 lbs.		0.15	0.20
Cire blanche	lb.	0.40	0.45
Couperose, brls 370 lbs.	"	0.01	0.02
Crème de tartre	lb.	0.24	
Gélatine rouge en feuilles.	"	0.60	
Gélatine blanche en feuilles	"		0.35
Gélatine Knox en feuil., doz.		1.25	1.30
Gomme arabique	lb.	0.15	0.16
Houblon pressé, lb.	(manque)		
Lessive commune	doz.	0.35	
Lessive commune	grosse	3.75	
Paraffine pour cierges, lb.		0.10	0.12
Plâtre à terre, sac 100 lbs.,	sac	0.70	
Poudre insecticide	lb.	0.00	0.50
Résine blanche	"	0.03	0.04½
Résine G., suiv. quant.	"	0.02½	0.03½
Salpêtre en cristaux, brls			
112 lbs.	lb.	0.05	0.06
Sel à Médecine		0.01	0.02
Sel d'Epsom sac 224 lb.,	"	0.01½	0.03
Soda à pâte, 112 lbs.		0.00	2.00
Soda à laver:			
Sacs		0.80	0.85
Soude caustique en mor. lb.		0.00	0.02½
Soufre en bâtons, brls 336			
lbs.	lb.	0.01½	0.03
Soufre moulu sacs 112 lb.		1.65	1.70
Tourteaux de lin moulu, sac		1.60	1.70
Vitriol, brls		0.06½	0.07

BOUGIES, CIERGES ET HUILES DE SANCTUAIRE

Nous cotons:

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

PLATS EN BOIS

Nous cotons:

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

CUVETTES EN BOIS

Nous cotons:

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

BALAIS

Nous cotons:

A longs manches		0.00	2.75
Avec manches ordinaires	La doz.		
2 cordes			2.25
3 cordes			2.50
4 cordes			2.75
5 cordes			3.50
Le papier manille, 13 x 17, est coté 20c.			

EPINGLES A LINGE

Epingles ordinaires:

Boîtes de 5 grosses, la bte		0.75	
Epingles à ressort:			

Boîtes de 2 grosses, la bte 0.90

PAPIER D'EMBALLAGE

Papier Manille en rouleaux.		0.03½	
Papier brun en rouleaux		0.03	

MECHES, BRULEURS ET VERRES DE LAMPES

Nous cotons:

Mèches No 2	lb.	0.22	
Mèches No 2	"	0.15	
Mèches No 0	"	0.12	
Brûleurs No 2	doz.	0.85	
Brûleurs No 1	"	0.65	
Brûleurs No 0	"	0.65	
Brûleurs, dessus verre (A)	"	1.65	
Brûleurs, dessus verre (B)	"	1.00	
Cheminées (climax) No 2	"	0.65	
Cheminées (climax) No 1	"	0.45	
Cheminées (climax) No 0	"	0.45	
Cheminées (Bonanza) No 2	"	0.95	
Cheminées (Bonanza) No 1	"	0.75	

SAVON DE CASTILLE

Le savon de Marseille en morceaux se vend \$4.25 la caisse et de 9c à 10c la livre, poids net, blanc ou marbré.

GRAISSE A ROUES

On cote:

Graisse Impérial, en lots de grosse	doz.	0.57½	
Caisse de 4 doz.	"	0.60	
Graisse au mica.			
Boîtes de 1 lb. (par 3 doz.)	doz.	0.90	0.95
Boîtes de 3 lbs. (par doz.)	doz.	2.25	

HUILE D'OLIVE

Nous cotons:

Huile Loublon			
Pintes		0.00	2.25
Chopines		0.00	1.20
¼ chopines		0.00	0.60
L'huile d'olive Barton et Guestier est cotée:			
Orts		7.75	8.00
Pts		4.37½	4.50
¼ pts		2.45	2.50

HUILE DE CASTOR

Nous cotons:

Routeilles de 1 oz	Grosse.	3.60	0.35
Routeilles de 2 oz		5.00	0.45
Routeilles de 3 oz.		6.00	0.55
Routeilles de 4 oz.		7.25	0.65

HUILE DE FOIE DE MORUE

Nous cotons: \$1.75 à \$2.00.
Routeilles carrées de 16 onces. \$3.75
la douzaine; chopines. \$2.40 la douzaine;
¼ chopines. \$1.75 la douzaine.

HUILE DE COTON

Nous cotons:

Au baril		1.10	1.25
----------	--	------	------

HUILE DE RICIN PHARMACEUTIQUE

Nous cotons au quart, par livre, 9½c le gallon, \$1.25, en estagnon, par livre, 9c à 10c.

VASELINE

Nous cotons:

"Bleu Seal"			
Blanche No 1	grosse	10.00	
Blanche No 2	"	19.20	
Jaune No 1	"	6.75	
Jaune No 2	"	14.40	

BALAIS

D'enfant, 2 cordes	0.00	1.10
D'enfant, 1 corde	0.00	0.85
Manches de faubert (mop), doz.		1.20

HUILE DE PETROLE

Nous cotons:

Pratt's Astral Oil	gol.	0.22
Standard Acme	le gal.	0.17½

GRAINS ET FARINES

Marché de Chicago

Futures cotations:

			Ferme-
Blé—	Haut.	Bas.	ture.
Mai	95c	94½c	94¾c
Juillet	89½c	89¼c	89¾c
Mais—			
Mai	67¾c	66¾c	67¼c
Juillet	65¾c	65¾c	66¾c
Avoine—			
Mai	40¾c	40¾c	40¾c
Juillet	40¾c	40c	40¾c

Marché de Montréal

Grains

Il y a toujours une bonne demande provenant de sources européennes pour le blé de printemps du Manitoba, pour expédition prochaine aussi bien que future. Le marché reste ferme avec une tendance à la hausse. D'après des câblagrammes de Londres, des ventes de No 1 de blé du nord furent faites pour expédier en février à 35 s. 3 d.; et pour mars à 35 s. 7½ d. En sympathie avec la continuelle tendance à la hausse des prix pour l'avoine dans l'Ouest, le ton du marché local est plus fort avec une augmentation de la demande pour des lots de chars et des ventes de No 2 C. W., 44c à 44½c, No 3 C. W., 43c à 43½c, l'avoine simple à 41c le minot ex-magasin. Le ton du marché pour le maïs Amériain est fort avec une hausse de ½c par minot. le maïs No 3 étant coté de 72c à 72½c le minot, ex-magasin.

Marché de Montréal

Farines

Le commerce des farines montre une plus grande demande des acheteurs étrangers pour les qualités de blé de printemps, et comme les offres de prix dans quelques cas étaient plus hauts, mais vu la force du marché au blé et la hausse des prix des meuniers qui n'étaient pas disposés à accepter toutes les offres, le volume des affaires n'a pas été bien grand. Il n'y a pas de grand changement dans la situation du marché local, mais la demande s'améliore et des ventes de premières patentes ont été faites à \$5.40; seconde à \$4.90 et strong bakers à \$4.70 le baril en sacs. Dans la farine de blé d'hiver, le marché est très ferme avec des ventes de patentes de choix à \$5.00; straight rollers de \$4.50 à \$4.75 le baril

et barils, et les derniers en jute de \$2.10 à \$2.25 le sac.

Nous cotons:

Patentes du printemps:

Royal Household	3 sacs	5.60
Five Roses	2 sacs	5.60
Glenora	2 sacs	5.30
Harvest Queen	2 sacs	5.30

Portes à Boulanger:

Bakers Special	2 sacs	4.90
Manitoba S. B.	2 sacs	4.90
Keetob	2 sacs	4.90
Montcalm	2 sacs	4.90

Patentes d'Hiver:

Straight rollers	2 sacs	5.00
Hurona (à pâtisserie)	2 sacs	5.80
A do	2 sacs	5.30

Farine de blé-d'Inde blanc pour boulangers, 2 sacs 4.40

Farine de blé-d'Inde pour engrais 2 sacs 4.50

Farine d'avoine:

Avoine roulée, sac de 90 lbs.	2.32
Avoine roulée, baril	4.90

Issues de blé et avoine roulée

La demande de toutes sources pour les issues de blé continue à être bonne, mais comme l'approvisionnement sur place est petit, le volume de nouvelles affaires est petit car les meuniers, dans la plupart des cas, ne font que des ventes par chars mélangés pour satisfaire les besoins du commerce local et de la campagne. Il n'y a pas de changement notable dans la condition du marché qui reste très ferme avec des ventes de son à \$23; shorts à \$25 et middlings à \$28 la tonne, y compris les sacs. De bonnes affaires se font dans les moulées et les prix sont fermes de \$30 à \$32 pour les qualités de pur grain, et de \$28 à \$29 pour les mélangées, la tonne. Dans l'avoine roulée, le marché est ferme avec une bonne demande et des ventes de lots de chars de \$4.75 à \$4.25 le baril en barils, et à \$2 le sac.

Nous cotons:

Issues de blé:

Son Man., au char, tonne	20.00
Gru Man., au char, tonne	22.00
Middlings d'Ontario, au char, tonne	27.00 28.00
Moulée pure, au char	32.00 34.00
Moulée mélangée, au char	30.00 31.00

FOIN PRESSE ET FOURRAGE

Marché de Montréal

Foin pressé

Un bon commerce local se fait pour le foin pressé, mais la demande pour le compte de l'exportation est très limitée et le marché est tranquille en général sans changement dans les prix. Le foin No 1 se vend de \$16 à \$16.50; extra bon No 2 de \$15 à \$15.50 et le No 2 de \$13.50 à \$14 la tonne, en lots de chars, ex-voie.

Nous cotons:

Foin No 1, pour livraison immédiate	\$15.00	\$15.50
Très bon, No 2	14.00	14.50
No 2	13.00	13.50

la tonne, en lots de wagon ex-voie. Marché facile. Demande médiocre, prix sans changement.

BEURRE

Marché anglais

MM. Mills et Sparrow nous écrivent de Londres à la date du 20 février 1914: Avec d'assez grands arrivages, il y a eu une bonne demande toute la semaine, quoique dans quelques cas les prix ont été plus faciles. La température a été très changeante, et après une sérieuse période de gelée, nous avons actuellement une douce température pour cette époque de l'année.

Danois. — La cotation est de 2 kroner plus bas, avec une demande ferme.

Australien. — Il y a une bonne demande. Les beurres non salés maintiennent une bonne prime sur les salés. Généralement parlant, la qualité, cette semaine n'a pas montré une aussi bonne moyenne que les deux ou trois dernières semaines. Ceci est dû sans doute à la chaude température.

Nouvelle-Zélande. — La demande pour cette variété continue à être tranquille, quoiqu'aux plus bas prix cotés, il y a une grande demande. Les vendeurs, néanmoins, ne veulent pas vendre de brai bon beurre aux basses cotations montrées actuellement. Les arrivages coloniaux cette semaine consistaient en:

Beurre — Par le vapeur "Orontes", 38,000 boîtes Australien; par le vapeur "Tokomaru", 1,400 boîtes Nouvelle-Zélande.

Fromage — Par le vapeur "Tokomaru", 10,300 boîtes Nouvelle Zélande.

Danois, haut choix	121/0 à 124/0
Sibérien, haut choix	110/0 à 114/0
Sibérien, bon choix	104/0 à 108/0
Victorien, haut choix, salé	112/0 à 114/0
Victorien, choix, salé	106/0 à 110/0
Victorien, haut choix, sans sel	114/0 à 118/0
Victorien, choix, sans sel	110/0 à 112/0
Australien, haut choix, salé	110/0 à 112/0
Australien, choix, salé	106/0 à 108/0
Australien, haut choix, sans sel	114/0 à 116/0
Australien, choix, sans sel	108/0 à 112/0
Queensland, haut choix, salé	110/0 à 112/0
Queensland, choix, salé	106/0 à 108/0
Queensland, haut choix, sans sel	112/0 à 116/0
Queensland, choix, sans sel	108/0 à 110/0
Nouvelle Zélande	114/0 à 116/0
Argentine, haut choix, salé	110/0 à 112/0
Argentine, haut choix, sans sel	112/0 à 114/0

FROMAGE

Marché anglais

MM. Mills et Sparrow nous écrivent de Londres à la date du 20 février 1914:

La demande a été un peu plus tranquille cette semaine et quelques vendeurs ont été plutôt un peu nerveux pour le gros approvisionnement actuellement dû à terre, et conséquemment les cotations sont de 1/- plus haut dans la semaine, particulièrement sur le blanc, duquel il y a une plus grande proportion que d'ordinaire.

Des avis du Canada disent que l'ex-

portation est pratiquement finie pour la saison, aussi les amateurs dépendent tout à fait de la Nouvelle-Zélande.

Nous cotons:

Canadien, choix à haut choix, blanc	69/0 à 71/0
Canadien, choix à haut choix, coloré	70/0 à 72/0
Nouvelle-Zélande, haut choix, blanc	64/0 à 64/6
Nouvelle-Zélande, haut choix, coloré	66/0 à 66/6

Prix vendants aux épiciers

Fromage doux	17c
Fromage fort, blanc, à la meule au morceau	18c 19c
Fromage de Gruyère	27c à 28c
Fromage Oka	24c
Beurre, choix	30c
Beurre, choix, en bloc d'une livre	30½c
Oeufs strictement frais	38c
Oeufs frais en boîtes de carton d'une douzaine	40c
Oeufs frais américains	35c

OEUFS

Les arrivages d'oeufs frais augmentent et la quantité des oeufs de conserve diminue sensiblement; en conséquence, le prix des frais a baissé et ceux de conserve augmenté.

BEURRE

Marché de Montréal

Beurre de laiterie	24c à 25c
Beurre de laiterie en rouleaux	26c à 27c

PEAUX VERTES

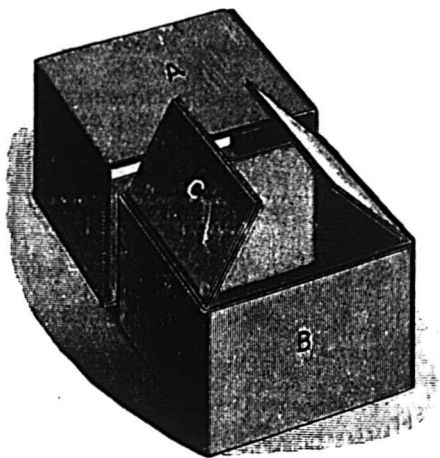
Très bonne demande.	
Bœuf inspecté No 1	14.50
Bœuf inspecté No 2	13.50
Bœuf inspecté No 3	12.50
Veau	15.00 17.00
Agneau, chaque	1.10

FRUITS VERTS ET LEGUMES.

Oignons, la lb.	0.00	0.05
Oignons, la cse	4.00	5.00
Raisin Magala		5.25
Betteraves, le sac	1.00	1.25
Carottes, le sac	1.00	1.40
Patates, le sac	1.00	1.10
Navets, le sac		0.90
Pommes, le baril	4.00	8.00
Oranges Mexicaines, la cse		2.50
Oranges Navels, la cse	2.75	3.00
Citrons, la cse		4.00
Pommes Baldwin, No 1	4.50	5.00
Pommes Baldwin No 2	4.00	4.50
Pommes Greening No 1		4.50
Pommes Greening No 2		4.00
Pommes Spy No 1		6.00
Pommes Spy No 2		5.00
Atocas, le gallon		0.00

Table Alphabétique des Annonces

Assurance Mont-Royal..... 32	Davis S. & Sons Ltd..... 66	Jonas & Cie, H..... 2	Quebec Steamship..... 36
Barr Register Col..... 7	Da Costa..... 8	Lacaille, Gendreau & Cie.. 14	Remington Arms..... 44
Baker & Co. (Walter),... 14	Desmarteau Alex..... 34	Laporte, Martin Limi- tée..... Couvert	Rolland & Fils, J. B... 34
Banque de Montréal..... 36	Dom. Cannery Co., Ltd.... 3	La Prévoyance..... 33	Renaud J. E..... 36
Banque d'Hochelaga..... 36	Djm. Cartridge Co..... 43	La Sauvegarde..... 32	Seagram, Jos. E..... 59
Banque Nationale..... 36	Dontigny Hector..... 34	Leslie & Co., A. C..... 40	Sheldon School..... 9
Banque Molson..... 36	Douglas J.M. & Co Couvert, 59	Liverpool & London & Globe 32	Stanley Rule & Level.. 42
Banque Provinciale..... 36	Ecole Polytechnique..... 15	Lufkin Rule Co..... 50	St. Lawrence Sugar Co.. 10
Banwell Hoxie..... 48	Eddy E. B. Co..... 10	Molson Breweries..... 54	Sun Life of Canada..... 33, 39
Barnett G. & H. & Co..... 42	Esiuhart & Evans... 32	McParlane Douglas Co., Ltd..... 35	Tanglefoot..... 19
Bélangier & Bélangier... 34	Fqitable (Cie d'assurance incendie)..... 33	Martin C. E..... 34	Taylor Forbes Co. Ltd.... 45
Bowser, S F. & Co..... 6	Ewing, S. H. & Sons..... 57	Mathieu (Cie J. L.)..... 12	Thompson & Norris Co... 31
British Colonial Fire Ass... 33	Fontaine Henri..... 34	Matthews Blackwell Ltd... 5	Tippet & Co., A. P..... 7
Brodie & Harvie..... 15	Fortier Joseph..... 34	Maxwell & Sons (David) .. 40	Tuckett [The G. E. & Son Co]..... 57
Benson W. T. & Co..... 12	Gagnon, P.-A..... 34	McArthur, A..... 40	Théâtre National Français. 34
Brandram-Henderson..... 40	Garand, Terroux & Cie... 34	Metropolitan Life Ins. Co.. 32	United Shoe Machinery Co. Ltd..... 17
Canadian Consolidated Rubber Co..... 53	Gillett Co. Ltd., [E. W.] 18	McGill Cutlery Co..... 50	United-States Steel Co 46
Canada Life Assurance Co.. 33	Gonthier & Midgley... 34	Montbriand L. R..... 34	Western Ass. Co..... 32
Can. Fairbanks Morse Co.. 52	Grand Trunk Railway... 52	Montreal-Canada Ass. Co.. 32	Wilks & Burnett... 34
Canada Starch Co..... 4	Gunn, Langlois & Cie..... 16	Mott John P. & Co..... 14	Wiser J. P. & Sons Ltd... 57
Canadian Salt Co..... 7	Greening Wire Co..... 42	Nova Scotia Steel Co 48	Wilson L. A. & Cie 57
Cane Wm. & Sons Co. Ltd. 5	Gouvernement Provincial.. 15	Nugget Polish Co. Ltd.... 13	
Church & Dwight..... 16	Genin, Trudeau & Cie..... 66	National Breweries..... Couvert	
Cie d'Assurance Mutuelle du Commerce 33	Hiram Walkers Co..... Insert	Prêt Immobilier Limitée... 14	
Clark, Wm..... 14	Hamilton Cotton Co..... 12	Prévoyants du Canada, (Les 32	
Connors Bros..... 18	Houde J. B. Co..... 72	Prevost & Bédard 34	
Cottam Bart..... 34	Hébert L. H. & Cie..... 49	Paterson Mfg Co..... 49	
Canada Cement Co., Ltd... 47	Imperial Tobacco Co..... insert		
Couillard Auguste..... 34			
Chaput L. Fils & Cie Ltée 11			
Chicago Flexible Shaft Co. 51			



Montée

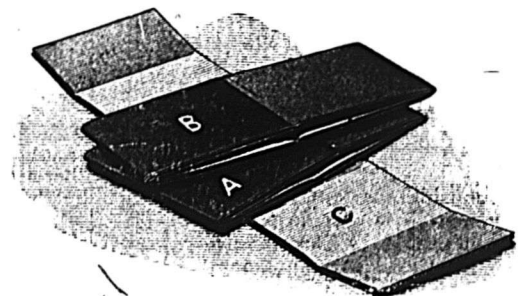
Modèle 75 de Boîte Cellulaire pour Express et Frêt

Plus légère qu'une boîte en bois léger.

Pensez, M. le Marchand en gros, M. le Marchand de conserves, M. l'Expéditeur de conserves, quelle économie d'espace dans votre rayon d'expédition vous pouvez effectuer par l'usage des Boîtes Cellulaires, pour Express et Frêt, de Thompson & Norris. Remarquez la différence entre l'espace occupé par la boîte "montée" et celle "démontée".

C'est là une boîte qui répond à tous les besoins, une boîte qui résistera à n'importe quelle brutalité pendant le transport. Les Boîtes T & N. sont plus commodes pour l'emballage et pèsent moitié moins qu'une boîte de la même grandeur, en bois. Nous vous enverrons, sur demande, des détails complémentaires de notre proposition relative à l'expédition. L'illustration ne montre qu'un de nos nombreux genres. Nous vous fournirons le modèle qui convient le mieux à vos besoins.

Faites-nous connaître ce qu'il vous faut. Ecrivez pour avoir notre catalogue illustré.



Démonté

The Thompson & Norris Co.
of Canada, Limited.

Niagara Falls, Ontario.
Brookville, Ind.

Brooklyn, N.-Y.
Londres, Ang.

Boston, Mas.
Jülich, Allem.



EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT".

METROPOLITAN

Life Assurance Co'y

:-: of New-York :-:

(Compagnie à Fonds Social)

Assurance en force..... \$2,816,504,462
 En vigueur au 31 dé-
 cembre 1913 13,957,742.
 En 1913, la compagnie a é-
 mis au Canada des poli-
 ces pour..... \$511,223,886.00
 Elle a déposé entre les
 mains du Gouvernement
 Canadien et de fideli-
 com- mis canadiens, exclusi-
 vement pour les Canadiens,
 environ.....\$16,000,000.

Il y a plus de 522,000 Canadiens assurés
 dans la METROPOLITAN.

WESTERN ASSURANCE CO.

INCORPORÉE EN 1881

ACTIF, au-delà de \$3,284,179.93

Bureau Principal: TORONTO, Ont.

Hon. GEO. A. COX, Président.

W. R. BROCK, Vice-Président.

W. B. MEIKLE, Gérant-Général

C. C. FOSTER, Secrétaire.

Ancursale de Montréal :

61 RUE ST-PIERRE.

ROSS-BICKERDIKE-Gérant

L'ASSURANCE MONT-ROYAL

(Compagnie Indépendante (Incendie))

Bureaux: 74 rue Notre-Dame Ouest

Coin St-François-Xavier, MONTREAL

RÔDOLPHE FORTIN, Président.

J. R. CLEMENT, Jr., Gérant-Général.

ESINHART & EVANS

Courtiers d'Assurance.

Feu, Vie, Accident, Cambriolage,
 Bris de glaces, Automobiles,
 Responsabilité des Fonctionnaires

Agents principaux pour :

The Scottish Union & National Ins. Co.
 d'Edimbourg.

German American Insurance Co.
 de New-York.

Nous considérons toutes commandes
 d'agences de la part de personnes
 responsables. L'expérience
 n'est pas absolument
 indispensable.

Bureau: EDIFICE LAKE of the WOODS

39 rue St-Sacrement,

TELEPHONE MAIN 553 MONTREAL

Assurances

L'ASSURANCE-VIE

Beaucoup de gens disent: "Pourquoi
 m'assurer et pour qui? Si je m'assure
 et que je meure, ma femme se remariera
 immédiatement pour l'argent que je
 lui aurais laissé". Ceci est absolument
 un faux raisonnement. Si l'on s'assure,
 c'est que l'on a un peu de coeur et que
 l'on ne veut pas laisser sa famille dans
 le besoin.

Il y a à peu près un mois, un jeune
 homme de trente ans, marié à une jeu-
 ne femme de 26 ans et père d'une fillette
 de 3 ans et demi, était plein de vie et
 de santé; quelqu'un lui disait: pourquoi
 ne vous assurez-vous pas? Sa réponse
 fut qu'il était jeune et que sa femme
 n'avait pas besoin de son assurance. Le
 lendemain il tombait malade et quator-
 ze jours après il mourait, laissant sa
 femme et son enfant absolument sans
 ressources. car ses quelques jours de
 maladie avaient épuisé le peu d'argent
 qu'il avait. Ses amis et voisins furent
 obligés de se cotiser pour lui faire des
 funérailles décentes. mais tout cela ne
 payait pas la pension de sa femme et de
 son enfant. Si au lieu de cela, il avait
 pris une petite assurance, mettons de
 25 cents par semaine, cela aurait permis
 à sa femme et à son enfant de vivre et
 de pouvoir attendre que la femme trou-
 ve de l'ouvrage pour subvenir aux be-
 soins de l'enfant.

En affaires d'assurances comme en
 toutes choses, il ne faut jamais remet-
 tre au lendemain ce que l'on peut faire
 le jour même. Personne n'est sûr du
 lendemain. Aujourd'hui on est bien por-
 tant et huit jours plus tard on est au
 cimetière.

LE HASARD MORAL D'UN RISQUE

Si un homme n'est que soupçonné d'un
 crime d'incendie, aucune compagnie d'as-
 surance ne consentira à assurer son ma-

COMPAGNIE MONTREAL-CANADA

D'ASSURANCE CONTRE L'INCENDIE

Fondée en 1859.

Téléphone Bell Main 5381

Actif.....	\$557 885.95
Réserves.....	\$193,071.19
Autres Valeurs	20.8
	\$213,759.19

Surplus pour les assurés.....\$344,126.76

Bureau - Chef :

EDIFICE OULUTH,

50 rue Notre-Dame Ouest,

angle de la rue St-Sulpice.

MONTREAL.

L. A. Lavallée, Président
 Ferd. Pagé, Gérant Provincial

ASSUREZ-VOUS

DANS

LA SAUVEGARDE

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

Siège Social : Angle des rues Notre-Dame et St-Vincent.
 MONTREAL.



Ancursale au Canada, Bureau Chef à Montréal
 DIRECTEURS

M. Alexandre Lacoste, M. Chevalier, Ecr., William
 Tolson Macpherson, Ecr., T. J. Drummond, Ecr.

J. Gardner Thompson, Gérant.
 J. W. Binnie, Assistant-Gérant

Les Prévoyants du Canada

Assurance Fonds de Pension

Capital Autorisé.....\$500,000.00

Actif du Fonds de Pension, le
 31 décembre 1913.....\$423,745.41

ACHETEZ DES PARTS DES PREVOYANTS
 DU CANADA

Parce que c'est un placement sans pareil
 Parce que c'est avec la plus petite prime
 la plus grosse rente ;
 Parce que c'est la seule Compagnie à
 "Fonds Social" faisant une spécialité du
 Fonds de Pension.
 Total de l'actif du Fonds de Pension seu-
 lement : \$423,745.31.

Bureau à Montréal

Chambre 22,
 Edifice "La Patrie"

Bureau - Chef

126 rue St-Pierre,
 Edifice Dominion,

QUEBEC.

LA COMPAGNIE

EQUITABLE

D'Assurance Mutue le
Contre le Feu.

180 Rue ST - JACQUES,
MONTREAL.

Les nouvelles affaires ont augmenté de 30% dans les premiers six mois de l'année et la Compagnie n'a aucune perte contestée.

Certifié correct

C. A. SYLVESTRE,

Auditeur Licencié.

Montréal, 1er Juillet 1913.

L'Equitable" couvre toutes ses obligations sans discussion inutile ou coûteuse pour les Réclamants. . . .

gasin ou son mobilier. Pourquoi une société assurerait-elle la vie d'un homme qui est connu pour mettre continuellement le feu à son corps en s'adonnant à des habitudes qui brûlent les tissus qui sont essentiels à la bonne santé et à la vie?

L'expression "risque moral" a un sens très étendu aujourd'hui et n'est pas comprise par tout le monde. Elle ne s'applique pas strictement au moral d'un individu, mais elle sert à indiquer les circonstances ou les conditions qui peuvent avoir une valeur d'un risque sur le terme d'une vie. Il est souvent difficile de séparer le hasard physique du hasard moral, car les deux dépendent mutuellement l'un de l'autre et c'est pour cette raison qu'ils doivent être considérés ensemble, avant qu'une décision soit prise.

Habitudes. — Les habitudes personnelles du postulant qui sont d'une extrême importance lorsqu'il s'agit d'accorder un certificat, sont l'ivrognerie, le jeu et l'immoralité.

L'usage de boissons enivrantes a une influence sensible sur la santé et la vie d'une personne. Il arrive fréquemment que les membres d'une loge locale ignorent de telles habitudes, à cause de raisons pécuniaires ou de raisons d'amitié. Il arrive aussi que ni les membres d'une société ni le médecin examinateur soient capables de découvrir qu'un individu quelconque est un ivrogne. Je ne veux pas dire que celui

Sun Life of Canada

Actif \$ 49,605,616.49
Assurances en vigueur.... 182,732,420.00

Ecrivez au Bureau Principal,
Montréal, pour vous procurer la
brochure intitulée "Prospère et
Progressive."

SIX FAITS DU
67ème RAPPORT ANNUEL
DE LA
CANADA LIFE
INSURANCE COMPANY

Un des faits importants, c'est que la Compagnie, en 1913, surpasse le record de toutes les années précédentes de son histoire.

1. — **L'AUGMENTATION DU SURPLUS** en 1913 était de \$1,709,996.66, excédant le surplus de 1912, d'au-delà de \$179,000 et excédant de beaucoup le surplus des années précédentes. Le surplus net annuel est de \$6,183,278.39.

2. — **LE REVENU** de \$8,094,885.70 excède d'une somme de \$698,125.96 celui de l'an dernier. C'est le plus gros revenu dans l'histoire de la Compagnie. L'augmentation du taux d'intérêt, qui a toujours fait des progrès depuis 1899, montre encore une amélioration en 1913. C'est un important facteur à l'augmentation du surplus.

3. — **L'ACTIF** fut augmenté de \$3,860,271.32 et s'élève maintenant à \$52,161,794.81.

4. — **LE TOTAL DES ASSURANCES** maintenant en force s'élève à \$153,121,363.94, augmentation d'au-delà de \$8,273,000 dans l'année.

5. — **LES PAIEMENTS AUX PORTEURS DE POLICES**, en 1913, s'élevèrent à \$2,878,016.11, une augmentation de \$415,051.31 sur 1912. En plus de cela, nous avons fait **PRETS AUX PORTEURS DE POLICES** sur garantie de leur police d'assurance, au montant de \$,692,248.71.

6. — **LA MORTALITE** de l'année nous fut encore plus favorable que nous ne l'espérions, et ceci, avec un **FAIBLE POURCENTAGE CONTINU DES DEPENSES**, contribuèrent à faire un surplus-record.

La Compagnie d'Assurance
MUTUELLE DU COMMERCE
Contre l'Incendie

Actif excédent \$880,000.00

DEPOT AU GOUVERNEMENT
en conformité avec la nouvelle Loi des
Assurances de Québec, 8 Edouard VII, Chap. 69.
Bureau-Chef: 181 rue Girouard, St-Hyacinthe

RESPONSABILITE PATRONALE
La Prevoyance
Capital \$500,000.00

Aussi : — Accidents, Maladies, Glaces,
Vol, Garantie de Fidélité, Garantie de
contrats.

ASSURANCE D'AUTOMOBILES

Bureau Chef :

160 rue St-Jacques, . . . Montréal

Tel. Bell : Main 1626

BRITISH COLONIAL

FIRE INSURANCE COMPANY

EDIFICE ROYAL, . . . 2 PLACE D'ARMES, . . . MONTREAL.

CAPITAL AUTORISE, \$2,000,000 . . . CAPITAL SOUSCRIT, \$1,000,000

Agents demandés pour les districts non représentés.

TEL. BELL, MAIN 1859

BELANGER & BELANGER

Notaires, Comptables et Commissaires

TRUST & LOAN BUILDING.

No 30 rue St-Jacques, MONTREAL

Argent à Prêter à 4, 5 et 6%

PAIN POUR OISEAUX est le "Cottar Seed" fabriqué d'après six brevets. Mar chandise de confiance; rien ne peut l'appro cher comme valeur et comme popularité. Chez tous les fournisseurs en gros.

Maison Fondée en 1870

AUGUSTE COUILLARD

IMPORTATEUR DE

Ferrermerie et Quincailleterie, Verres à Vitres, Peintures, Etc.

Spécialité: Poêles de toutes sortes

Nos. 333 à 339 rue St-Paul

Ventes 12 et 14 St-Amable, MONTREAL

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

ALEX. DESMARTEAU

Comptable, Auditeur

SPÉCIALITÉ: — Liquidation de Faillites, Compromis Effectués.

54, 60 RUE NOTRE-DANE EST
MONTREAL**Hotel St-Maurice**HOTEL DES VOYAGEURS
Heotor Dontigny, Prop.Chambres de première classe et
Salles d'Echantillons**GRAND'MERE, P. Q.****C. E. MARTIN**Comptable, Liquidateur
et Auditeur

211 EDIFICE MCGILL

MONTREAL

Tel. Main 5126.

NEW VICTORIA HOTELH. FONTAINE, PROPRIÉTAIRE
QUEBEC

— L'Hôtel des commis-voyageurs.

Plan Américain. Taux, à partir de \$2.50.

JOSEPH FORTIER

Fabricant-Papetier

Atelier de Réglure, Reliure, Typo- graphie, Relief et Gaufrage. Fabri- cation de Livres de Comptabilité. Formules et fournitures de Bureau.

210 rue Notre-Dame Ouest,
(Angle de la rue St-Pierre). MONTREAL.

qui prend à l'occasion un verre de bière ou de spiritueux, ou celui qui boit du vin à ses repas, est un risque non désirable, parce que je ne crois pas que dans ces conditions l'usage modéré de ces boissons puisse avoir un effet appréciable sur la santé et la vie d'un individu. C'est celui qui s'enivre périodiquement et l'homme qui est un ivrogne d'habitude qui est un risque non désirable. Ce qu'il faut établir en rap- port avec la valeur du risque, c'est jusqu'à quel point tel individu prend de la bois- son et quelle quantité il absorbe.

Le jeu est une habitude particulièrement pernicieuse et hasardeuse, non seulement à cause du surmenage nerveux anormal résultant de la perte de sommeil et de l'usage de forts stimulants, mais aussi parce qu'une longue succession de pertes entraînant une dépression cérébrale iné- vitable conduit souvent au suicide.

Le vice moral, la débauche, est de tous les vices celui qui conduit le plus sûrement à la maladie et à la mort. C'est le sujet qui captive en ce moment l'attention des sociétés charitables, philanthropiques ou autres. La débauche a pour résultat la per- te de vitalité, les maladies vénériennes, la démence, la ruine du foyer, le suicide et le meurtre. On ne peut trop insister sur ce point, et pourtant il arrive trop souvent qu'on ne s'en préoccupe même pas. Dans la majorité des cas, il est très difficile pour celui qui fait l'examen d'un risque de connaître exactement les habitudes mora- les d'une personne.

Si un homme est un étranger pour le médecin examinateur ou pour l'agent, ils doivent s'en rapporter aux réponses faites sur les blancs imprimés. Il y a bien d'ordi- naire une enquête faite par les membres de la loge, mais ceci ne veut pas dire grand chose et il appartient à ceux qui ont de l'expérience en cette matière de juger impartialement les sujets qu'ils ont à examiner.

LES AFFAIRES SONT LES AFFAI- RES

Il est rare que les membres fassent partie d'une société de leur propre gré. On doit employer des méthodes perfectionnées pour induire les bons hommes à s'enrôler. Les affaires sont les affaires et quand vous en faites vous tenez à réussir. Il en est ainsi de votre loge. Recruter des mem- bres fait partie de vos affaires si vous êtes un membre loyal. Employez les meil- leurs méthodes connues et le succès cour- ronnera vos efforts.

Vous gaspillez votre argent en faisant une publicité, même bonne, pour une marchandise mauvaise.

P. A. GAGNON

Comptable Licencié

(Chartered Accountant)

Chambre 316, 318, 317

Edifice Banque Québec.

11 Place d'Armes, MONTREAL,
Téléphone Bell Main 4912GEO. GONTHIER
Licencié Institut
ComptableH. E. MIDGLEY
Comptable-Incorporé**GONTHIER & MIDGLEY**
Comptables & Auditeurs

103 RUE ST-FRS-XAVIER.

Téléphone

Ma n 2701-519

Adresse télégraphique

"Gontley"

CARAND, TERROUX & CIE

BANQUIERS ET COURTIERS

48 rue Notre-Dame Ouest

MONTREAL

L. R. MONTBRIAND

Architecte et Mesureur,

230 Rue St-André

Montréal

La Perle des ENCREs MAURIN.**L'AZULINE**—Encre fixe bleu—Noir, ne subissant jamais de décoloration.**LA SYRIENNE**—Encre à copier. D'une belle nuance violette en écrivant et devenant ensuite très noire. Cette encre copie plus de six mois après l'écriture.**LA PERSANE**—Instantanément noire et brillante. Spéciale pour la comptabilité.**LA PURPURINE** — Nouveau Carmin, d'une nuance pourpre très vive, ne subit jamais d'altération.

Toutes ces Encrees sont d'une supé- riorité reconnue, pour la fluidité, l'inten- sité et les prix relativement de "Bon Mar- ché".

Demandez-les à votre Libraire

La Compagnie J.-B. Rolland & Fils

MONTREAL

Seuls Agents pour le Canada

Théâtre National Français

Semaine du 9 Mars 1914

UN MYSTERIEUX SPECTACLE

LE PROCUREUR HALLERS

Créé à Paris le 16 Octobre 1913

Arthur W. Wilks.

Alexander Burnett

WILKS & BURNETT

Comptables, Auditeurs, Commissaires pour toutes les Provinces.

Règlement d'affaires de Faillites

602 Bâtisse Banque des Marchands

Téléphone Bell Main 5500

MONTREAL



Photographie de l'exhibit McFarlane Douglass Co., à Ottawa.

LE VERDICT, des centaines de Quincailliers, Manufacturiers, Architectes et autres qui ont visité nos pavillons à l'Exposition de Quincaillerie tenue à Ottawa du 16 au 20 Février est comme suit .

Peu importe quelle ligne de manufacture la McFarlane-Douglas Co., prend en mains, elle le fait mieux et de meilleure manière que vous pouvez l'avoir nulle part ailleurs.

Des centaines de ferblantiers et quincailliers de tout le pays ont déjà en magasin les bardeaux en métal "Crown" Cloisons, Plafonds, Tôle ridée, etc, et font de l'argent ; et cela vous paierait assurément de tenir les bardeaux en métal "Crown", etc, en 1914.

Voulez-vous que nous vous envoyions notre nouveau livre **GRATUIT**. "Permanent Roofing & Siding" ?

Il est rempli d'idées pour aider à faire les plafonds et cloisons pour quiconque désire une permanente couverture à l'épreuve du feu pour leurs bâtisses

Ecrivez **MAINTENANT** pour échantillons gratuits, Catalogues, etc

McFarlane-Douglas Co., Limited

250-260 RUE SLATER.

OTTAWA

CANADA.

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT".

BANQUE DE MONTREAL

ETABLIE EN 1817

Capital Payé \$16,000,000.00
 Réserve 16,000,000.00
 Profit non partagés 1,046,217.80

SIEGE-SOCIAL, - MONTREAL

Bureau des Directeurs.—H. V. Meredith, Ecr. Président, P. P. Angu, K. B. Greenfields, Sir William Macdonald, Hon. Robt Mackay, Sir Thos Shaughnessy, K C V O., David Morrice, C. R. Hosmer A. Baumgarten, C. B. Gordon, H. K. Drummond, D. Forbes Angu e Wm. McMaster,

Sir Frederick Williams-Taylor, Gérant-Général, A. D. Braithwaite, Assistant Gérant-Général.

Sucursales dans toutes les principales cités et villes du Canada et en Angleterre, les Etats-Unis d'Amérique, Terre-Neuve et l'exique.

Seize Succursales dans la ville de Montréal.

Département d'Épargne dans toutes les Succursales du Canada.

LA BANQUE NATIONALE

FONDEE EN 1880.

Capital \$2,000,000
 Réserve 1,550,000

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

Notre bureau de Paris,

14 RUE AUBER,

est très propice aux voyageurs canadiens qui visitent l'Europe

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

Main 2674

J. E. RENAUD

Courtier en Douane

SUITE 45-46-47 55 ST. FR. XAVIER

QUEBEC STEAMSHIP CO., LIMITED.

(Exploité par la Canada SS. Lines Limited)

ALLEZ AUX BERMUDES

Le Steamer "Bermudian," à double hélice, 10,518 tonnes de déplacement, quittera New-York à 10 heures a.m. les 11, 18, 25, Mars, 1, 8, 15, 22, 29 Avril Signaux sous-marins, télégraphie sans fil, orchestre.

Voyage Record, 39 heures 20 minutes. Le plus rapide, le plus moderne et le seul steamer débarquant ses passagers aux quais aux Bermudes sans transférer.

ANTILLES

Le nouveau steamer "Guiana" et autres steamers quittent New-York à 2 hrs p.m., le 21, Mars, 4, 18 Avril pour St-Thomas, Ste-Croix, St-Christophe, Antigua, la Guadeloupe, la Dominique, la Martinique, Ste-Lucie, la Barbade, Demerara.

Pour renseignements complets, s'adresser à D. Olivier, agent des billets, 9 Square Victoria; J. G. Brock & Co., 221 rue des Commissaires; Thos. Gook & Son 530 rue Sainte-Catherine Ouest; W. H. Henry, 286 rue Saint-Jacques; Hone & Rivet, 9 Boulevard Saint-Laurent; W. H. Clancy, 122 rue Saint-Jacques; Succursale Nord du "Star," 45 Union Avenue, Montréal.

BANQUE PROVINCIALE DU CANADA

Fondée en 1900

Siège Central : 7 & 9 Place d'Armes, Montréal, Can.

Capital autorisé \$2,000,000.00

Capital payé et surplus au 31 Décembre 1913 \$1,637,873.49

Conseil d'Administration : Président : M. H. LAPORTE, de Laporte Mar in & Cie Administrateur Crédit Foncier Franco-Canadien; Vice-Président : M. W. F. CARSLAY, Capitaliste et TANCRÈDE BIENVENU; Honorable L. BEAUBIEN, Ex-ministre de l'Agriculture; M. G. M. BOWWORTH, Vice-Président "Canadian Pacific Railway Co." M. ALPHONSE RACINE, de la maison de gros Alphonse Racine Ltée; M. L. J. O. BEAUCHEMIN, propriétaire de la Laboratoire Beauchemin Ltée; TANCRÈDE BIENVENU, Directeur-gérant-général; J. W. L. FORGET, Inspecteur; ALX. BOYER, Secrétaire.

Conseurs : Président: Honorable sir ALEX. LACOSTE, Ex-Juge en chef de la Cour d'Appel; Docteur E. PERSILLIER LACHAPELLE Administrateur du Crédit Foncier Franco-Canadien; M. CHEVALIER Directeur-Gérant, Crédit Foncier Franco-Canadien

60 Succursales dans les Provinces de Québec, Ontario, Nouveau Brunswick

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

LA BANQUE MOLSON

INCORPORÉE EN 1855

Bureau Principal, MONTREAL.

CAPITAL PAYÉ \$4,000,000
 FONDS DE RÉSERVE 4,800,000

E. C. PRATT Gérant-Général

SUCCURSALES DANS LA PROVINCE DE QUEBEC

Arthabask	Rue Sainte-Catherine	Richmond
Sedford	Avenues du Parc	Roberval
Cowansville	et Georges-Émile	Sorel
Colicout	Maison-Neuve	Saint-Césaire
Drummondville	Market and Harbour	Sainte-Flavie Station
Fraserville et Rivière	Côte des Neiges	Saint-Ours, Qué.
du Loup Station	Côte St-Paul	Sainte-Thérèse de
Knowlton	Boulevard St-Laurent	Blainville
Lachine	Saint-Henri	Victoriaville
Montréal-Rue St-	Pierreville	Ville St-Pierre
Jacques	Québec	Waterloo
		Berlin, Ont.

60 Succursales dans tout le Canada.

Agences à Londres, Paris, Berlin et dans toutes les principales villes du monde. Emission de Lettres de Crédit pour le commerce et lettres circulaires pour voyageurs.

BANQUE D'HOCHELAGA 1874-1913

Capital autorisé \$4,000,000 Capital payé \$4,000,000
 Réserve 3,625,000 Total de l'Actif au-delà de \$30,000,000

DIRECTEURS : M. J. A. Vallancourt, Président; Hon. F. L. Béique, C. B. O Vice-Président; A. Turcotte, Ecr. N. H. Lemay, Ecr. Hon. J. M. Wilson, Col. C. A. Smart A. A. Laroque, F. G. Leduc, Gérant; Beaudry Lévesque, Surintendant des Agences; P. A. Lavallée, Assistant-Gérant; Yvon La marre, Inspecteur. Bureau Principal—Montréal

BUREAUX DE QUARTIERS

Ave. Mont-Royal	Pointe St-Charles	DeLorimier
(coin St-Denis)	St-Edouard	Quartier Emard
Ave. Mont-Royal	St-Henri	Rue Notre-Dame, Ouest
(Coin de Lanauddière)	St-Viateur	Longue-Pointe
Rue Ste-Catherine, Est	Quartier Laurier	Aylwin, (coin Ontario)
Rue Ste-Catherine, centre	Villeray	Quartier St-Denis
Hochelaga	Verdun (près Montréal)	Quartier Ste-Marie
Longue Pointe	Viauville (près Montréal)	Outremont
Maison-Neuve		

SUCCURSALES

Berthelville, P. Q.	Maxville, Ont.	St-Hyacinthe, P. Q.
Cartierville, P. Q.	Mont-Laurier, P. Q.	St-Jacques l'Achigan,
Edmonton, Alta	Prince Albert, Sack.	St-Jacques L'achigan, P. Q.
Fournier, Ont.	Québec, P. Q.	St-Jerome, P. Q.
Hawkesbury, Ont.	St-Roch de Québec, P. Q.	St-Lambert, P. Q.
Joliette, P. Q.	Sorel, P. Q.	St-Pierre Man.
Lachine, P. Q.	Sherbrooke, P. Q.	St-Valérien de
Laprairie, P. Q.	St. Albert, Alta.	Shelford, P. Q.
L'Assomption, P. Q.	Ste-Genève de	Trois-Rivières, P. Q.
Longueuil, P. Q.	Pierrefonds, P. Q.	Valleyfield, P. Q.
Louiseville, P. Q.	St-Boniface, Man.	Vankleek Hill, Ont.
		Winnipeg, Man.

Émet des Lettres de Crédit Circulaires pour les Voyageurs, payables dans : des parties du monde ouvre des crédits commerciaux; achète des traites sur es pays étrangers; vend des chèques et fait des paiements télégraphiques sur les principales villes du monde.

La publicité bien faite est loyale et honnête, documentée et raisonnée, directe et vivante.

Finances

REVUE DE LA SEMAINE.

LES DROITS D'ENTREE DES MARCHANDISES AU CHILI

La Chambre des Députés chilienne a adopté la transformation des droits ad valorem sur les matières importées en droits spécifiques, en y ajoutant une majoration de 10 p.c. sur les tarifs prévus.

On estime pourtant que le gouvernement reviendra sur cette majoration de 10 p.c.

BANQUE D'HOCHELAGA

La Banque d'Hochelaga a ouvert, ces jours-ci, deux nouvelles succursales dans la province de Québec, une à Granby et une autre à Ste-Thècle.

M. J. A. Monfils est le gérant de la succursale de Granby, et M. E. F. Duguay de celle de Ste-Thècle.

BANQUE MOLSON

La Banque Molson a déclaré son dividende trimestriel régulier de 2¼% payable le 1er avril aux actionnaires inscrits le 14 mars.

AUGMENTATION DE DIVIDENDE

La Banque Provinciale du Canada vient de porter le chiffre de son dividende aux actionnaires, au taux de 7% l'an au lieu de 6% qu'il était les années derrenières. Ce revenu de 7% sur des actions qui ont été émises au "pair" comme nous le savons est certainement très avantageux.

Comme on le sait, la valeur intrinsèque des actions de la Banque Provinciale du Canada suivant son dernier bilan doit être d'au-delà de cent soixante.

SUN LIFE CO.

Le bilan soumis aux actionnaires indique une année de prospérité et de progrès

La quarante-quatrième assemblée annuelle de la Sun Life Assurance Co. of Canada a eu lieu mardi dernier. Le rapport présenté aux actionnaires indique que malgré la crise monétaire, les douze mois de l'exercice terminé ont amené la prospérité et le progrès pour la compagnie.

Le rapport financier indique que \$076,424 ont été distri-

bués aux actionnaires durant l'année, et que le surplus net de la compagnie se chiffre maintenant à plus de cinq millions et trois quarts.

Le montant des polices émises et payées est de \$34,290,917, les assurances en force se chiffrent au montant de \$202,363,996.

Les polices actuellement courantes sont au nombre de 127,261.

Les revenus provenant des primes, intérêts, etc., ont été de près de \$14,000,000.

Les paiements faits aux détenteurs de polices d'assurances ou à leurs héritiers se chiffrent à \$4,982,553.25.

L'actif de la compagnie a été augmenté de plus de six millions de dollars, ce qui porte l'actif total à \$55,726,347.32 au 31 décembre.

Le bureau des directeurs a été réélu comme suit:

Robertson Macaulay, président; S. H. Ewing, vice-président; W. M. Birks, Hon. Raoul Dandurand, George E. Drummond, J. R. Dougall, H. Warren, K. Hale, H. S. Holt, Chas. R. Hosmer, J. McKergow, Abner Kingman et T. R. Macaulay.

LA BANQUE CANADIENNE DU COMMERCE

La Banque Canadienne du Commerce a inauguré à compter du premier mois un système nouveau de comptabilité qui, paraît-il, a été essayé avec succès aux Etats-Unis. Ce nouveau système consiste à n'entrer dans le livret du déposant que le montant des dépôts au fur et à mesure qu'ils sont faits dans le courant du mois. A la fin de chaque mois les déposants recevront un état clavigraphié des transactions du mois précédent. Cet état comportera les chèques ainsi que les dépôts. En d'autres termes, cet état sera une copie exacte du grand livre de la banque. Ces états seront sur une feuille susceptible d'être conservée en filière tenue pour cette fin.

Les autorités de la Banque prétendent que ce système nouveau sera de nature à éviter beaucoup d'écriture et que les clients n'auront pas à attendre aussi longtemps aux différents guichets.

Si cette expérience réussit, nous ne doutons pas que les autres banques canadiennes finiront par adopter ce système.

ASSEMBLEE DU IRON

Mercredi, à deux heures et demie, les membres du conseil d'administration du Dominion Steel Corporation se réunissaient pour mettre à l'étude la question du prochain dividende trimestriel.

L'opinion prévaut que le dividende d'avril ne sera pas suspendu, mais réduit de moitié.

Le cours ce matin-là semblait en conséquence vouloir se relever quelque peu.

INFORMATIONS FINANCIERES

Actions Ordinaires et Actions Privilégiées	Capital payé	Réserve	Pair des Actions	Taux du dernier Dividende	Dernière cote	
					Au 25 février	Au 4 mars
BANQUES						
Banque de Montréal	\$16,000,000	\$16,000,000	\$100.00	10%	248	248
Banque de Québec	2,730,560	1,369,62	100.00	7%	118½	...
Banque de la Nouvelle-Ecosse	5,997,550	10,886,570	100.00	14%	261½	261½
Banque de Toronto	5,000,000	6,000,000	100.00	11%
Banque Molson	4,000,000	4,800,000	100.00	11%	200	201
Banque Nationale	2,000,000	1,550,000	100.00	8%	132	132
Banque des Marchands du Canada	6,900,000	6,110,050	100.00	10%	...	190
Banque Provinciale	1,000,000	625,000	100.00	6%
Banque Union du Canada	5,000,000	3,400,000	100.00	8%	...	143½
Banque Canadienne du Commerce	15,000,000	13,500,000	50.00	10%	213½	212½
Banque Royale du Canada	11,560,000	12,560,000	100.00	12%	224½	224
Banque d'Hochelega	4,000,000	3,625,000	100.00	9%	154½	...
Banque d'Ottawa	4,000,000	4,750,000	100.00	12%
Banque Impériale du Canada	6,974,380	7,000,000	100.00	12%
Bank of British North America	4,866,666	2,920,000	100.00	8%
CHEMINS DE FER						
Canadian Pacific Railway (Ordinaires)	180,000,000	146,283,497	100.00	10%	211½	209
Duluth S.S. & A. Railway (Ordinaires)	12,000,000	...	100.00
do do do (Préférentielles)	10,000,000	...	100.00
Minn. St. Paul & Soo Railway (Ordinaires)	20,832,000	...	100.00	7%	131	131
do do do (Préférentielles)	10,416,000	...	100.00	7%
TRAMWAYS-ELECTRIQUES						
Detroit United Railway	12,500,000	21,887,000	100.00	6%	72½	72
Duluth Superior Traction	3,500,000	2,500,000	100.00	5%
Halifax Electric Railway	1,400,000	600,000	100.00	7%
Havana Electric Railway (Ordinaires)	7,500,000	...	100.00
do do do (Préférentielles)	5,000,000	...	100.00	6%
Illinois Traction (Ordinaires)	9,564,000	...	100.00
do do do (Préférentielles)	5,000,600	24,957,813	100.00	6%	91	92
Mexican Light & Power (Ordinaires)	13,585,000	...	100.00	4%
do do do (Préférentielles)	2,400,000	...	100.00	7%
Montreal Tramway	10,000,000	4,420,000	100.00	10%	...	220
Puerto Rico Railway	3,000,000	2,941,500	100.00	...	69½	...
Quebec Railway, Light & Power	9,300,500	8,654,400	100.00	...	14½	15½
St. John Railway	800,000	...	100.00	6%
Brazilian	10,000,000	6,000,000	100.00	6%	86½	87
Toledo Railway & Light	12,000,000	13,257,000	100.00
Toronto Railway	8,000,000	3,992,326	100.00	7%	141½	142
Tri-City Railway & Light (Ordinaires)	9,000,000	...	100.00
do do do (Préférentielles)	2,825,000	8,068,000	100.00	6%
Twin City Rapid Transit (Ordinaires)	20,100,000	19,503,000	100.00	6%	106	106
do do do (Préférentielles)	3,000,000	...	100.00	7%
Winnipeg Electric Street Railway	6,000,000	5,578,000	100.00	10%	207	206
VALEURS INDUSTRIELLES						
Canadian Car & Foundry (Ordinaires)	3,500,000	...	100.00	8%	68	65
do do do (Préférentielles)	5,000,000	3,500,000	100.00	7%	1	29
Canada Cement (Ordinaires)	13,500,000	...	100.00	...	30½	31
do do do (Préférentielles)	10,500,000	5,000,000	100.00	7%	90	91
Canadian Converters	1,733,500	474,000	100.00	4%	38	38½
Dominion Steel Co.	35,000,000	...	100.00	4%	35½	35
Dominion Textile Co. (Ordinaires)	5,000,000	...	100.00	6%	83½	84
do do do (Préférentielles)	1,859,030	3,040,275	100.00	7%	104½	104
Lake of the Woods Milling Co. (Ordinaires)	2,100,000	...	100.00	8%	132½	132
do do do (Préférentielles)	1,500,000	1,000,000	100.00	7%	...	120
Montreal Cottons Ltd (Ordinaires)	3,000,000	500,000	100.00	8%	55	58
do do do (Préférentielles)	7%	102	102½
Nova Scotia Steel & Coal (Ordinaires)	6,000,000	...	100.00	6%	77	77½
do do do (Préférentielles)	1,030,000	6,000,000	100.00	8%
Ogilvie Flour Mills Co. (Ordinaires)	2,500,000	...	100.00	8%	121½	121½
do do do (Préférentielles)	2,000,000	457,263	100.00	7%	12	...
Peumans, Limited (Ordinaires)	2,150,600	...	100.00	4%	54	...
do do do (Préférentielles)	1,075,000	2,000,000	5.00	6%	80	83½
DIVERS						
Bell Telephone Co.	12,500,000	3,649,000	100.00	8%	153	151½
Mackay Companies (Ordinaires)	50,000	...	100.00	5%	85	85
do do do (Préférentielles)	50,000,000	...	100.00	4%	68	68
Montreal Light, Heat & Power	17,000,000	10,107,000	100.00	10%	226½	227½
Montreal Telegraph	2,000,000	100,000	100.00	8%	...	140
Ottawa Light, Heat & Power Co.	1,511,500	730,000	100.00	10%	163	152½
Richelieu & Ontario Navigation Co.	3,132,000	1,123,573	100.00	8%	108½	106½
Shawinigan Water & Power Co.	7,000,000	5,000,000	100.00	6%	140½	140
MINES						
Cow's Reserve	1,999,957	...	1.00	60%	1.83	1.81
International Coal Mining (Ordinaires)	500,000	...	100.00	7%
do do do (Préférentielles)	170,000	...	100.00	7%

LA COMPAGNIE
D'ASSURANCE

"SUN LIFE of CANADA"

RESULTAT DE L'ANNEE 1913.

ACTIF au 31 décembre 1913.....	\$55,726,347.32
Augmentation sur 1912	6,120,730.83
REVENU en Primes, Intérêts, Loyer, etc. 1913.....	13,996,401.64
Augmentation sur 1912	1,663,320.04
EXCEDENT réparti en 1913 entre les assurés y ayant droit ...	706,424.19
ADDITION faite au surplus en 1913.	421,904.26
TOTAL DE L'EXCEDENT au 31 décembre 1913 sur le passif et le capital	5,752,986.08
TOTAL DES SINISTRES Assurances Mixtes et bénéfices payés en 1913.....	4,982,553.25
TOTAL DES PAIEMENTS faits aux as-urés depuis l'orga- nisation.....	39,385,287.91
PRIMES RECUES depuis la fondation de la Compagnie.....	94,012,632.86
TOTAL DES PAIEMENTS faits aux assurés depuis l'organi- sation et de l'actif actuellement en réserve pour leur bénéfice.	95,111,635.23
ASSURANCES EMISES et payées en espèces en 1913.....	34,290,916.79
Augmentation sur 1912	3,476,507.15
ASSURANCES EN VIGUEUR au 31 décembre 1913	
Augmentation sur 1912	19,631,576.00

La Compagnie d'Assurance "SUN LIFE OF CANADA" détient la première place parmi les Compagnies Canadiennes d'Assurance sur la Vie.

Croissance de la Compagnie

ANNÉE	REVENUR	ACTIF	ASSURANCES EN VIGUEUR
1872 ...	\$ 48,210.93	\$ 96,461.95	\$ 1,064,350.00
1883	274,865.50	735,940.10	6,779,566.00
1893	1,240,483.12	4,007,776.90	27,799,757.00
1903	3,986,139.50	15,505,776.48	75,681,189.00
1913 ...	13,996,401.64	55,726,347.32	202,363,996.00

ROBERTSON MACAULAY,
Président.

Siège Social :
MONTREAL.

T. B. MACAULAY,
Dir.-Général et Secrétaire.

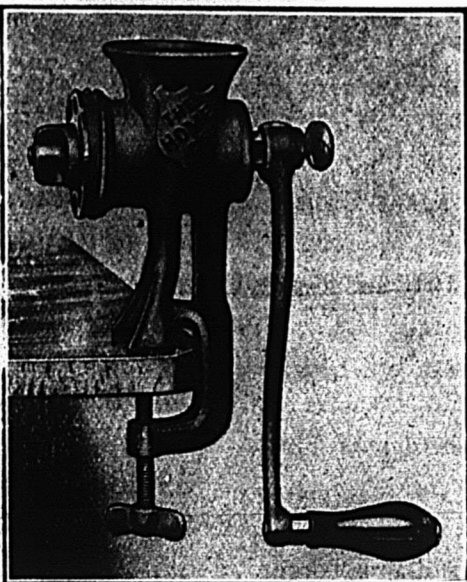
J. C. STANTON, Jr. Gérant pour Montréal et District, Edifice Guardian rue St-Jacques, Montréal.

**Vous trouverez ce Hachoir à Aliments
"HOME 65" DE**

Maxwell

une des il-
gnés se ven-
dant le mieux
que vous
ayez jamais
tenues.

Le hachoir
"Home 65" est
une nouvelle ma-
chine compre-
nant tous les der-
niers perfection-
nements. Fait
dans la grandeur
étalon pour fa-
mille et bien plus
fort que le type
ordinaire de ha-
choir. Le couver-
cle s'adapte juste,
rendant le ha-
choir imperméa-
ble. Le cylindre
ouvert du bout le
rend facile à net-
toyer. Fourni
avec différents
paquets coupan-
tes.



DAVID MAXWELL & SONS. - ST. MARY'S, ONT.

Tôles Galvanisées



"Queen's Head"!

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

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

Feutre et Papier

N'IMPORTE QUELLE QUANTITÉ

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

**Fabricants du Feutre Goudronné
"BLACK DIAMOND"**

Alex. McArthur & Co., Limited

82 RUE MCGILL, MONTREAL

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



**THE
MAN ON
THE JOB
BUYS THE PAINT**

**L'Homme au contrat
qui achète la peinture**

A ordinairement ses idées et prend soin de sa réputation, naturellement, l'homme qui prend un contrat, qui achète la peinture qu'il connaît par expérience, fera un bon travail et aplanira le chemin pour avoir une plus nombreuse clientèle.

La Peinture B—H "English"

excelle en souplesse, élasticité et uniformité, donc c'est la plus durable et sur celle que l'on puisse le plus compter de toute peinture que l'on puisse vous offrir. Elle doit ces qualités grandement au fait que la base de Blanc contient 70% d'authentique Blanc de Plomb B. B. Brandram et 30% de Pur Blanc de Zinc, une combinaison que tout expert en peinture vous dira qu'on ne peut égaler comme base de bonnes peintures.

Cette supériorité bien connue de la

Peinture B—H "English",

la rend la plus certaine fondation d'un bon commerce durable, parce qu'elle est absolument certaine de satisfaire les gens qui l'emploient, qui après tout, sont les meilleurs juges et achèteront dans l'avenir ce qui les ont satisfait dans le passé.



BRANDRAM-HENDERSON LIMITED

Montreal Halifax St. John Toronto Winnipeg

Ferronnerie, Quincaillerie, Peinture Matériaux de Construction, Etc.

NOUVELLE MAISON DE POÊLES ET FOURNAISES AU CANADA.

Une autre maison a été ajoutée à la liste des manufacturiers de Poêles et Fournaises au Canada.

MM. T. W. Kirby et J. E. Bennett, autrefois des fabriques Gurney-Tilden, à Hamilton, ont annoncé l'incorporation de la Kir-Ben, Ltd., avec un capital de \$200,000 et siège social à Almonte, Ont., pour fabriquer les fournaises, poêles et poêles de cuisine Kir-Ben.

Ces deux membres de la nouvelle maison sont bien connus dans le commerce Canadien.

T. W. Kirby, de la Kir-Ben, Ltd., est dans le commerce des poêles et de la ferronnerie depuis de nombreuses années. M. Kirby fut pendant un certain temps gérant des ventes de la Metal Shingle and Siding Co., de Preston, Ont. Il devint plus tard secrétaire de la Stove Manufacturers' Association, et en cette qualité fut très en contact avec les manufacturiers de poêles de tout le pays.

Plus tard, M. Kirby devint assistant-gérant de la Gurney-Tilden Co., Hamilton, Ont., Après la réorganisation de cette maison, qui fut connue sous le nom de la Hamilton Stove and Heater Co., M. Kirby conserva son ancienne position comme assistant-gérant jusqu'à il y a peu de temps, où il démissionna pour se mettre en société dans la Kir-Ben, Ltd.

M. Kirby est le troisième vice-président de la Canadian Hardware Manufacturers Exhibitors' Association.

M. J. E. Bennett débuta dans le commerce de la ferronnerie, en août 1897, comme jeune commis avec McBride Bros., Toronto Junction. En mai 1898, la maison fut achetée par E. R. Rogers et M. Bennett fut promu premier commis. Deux ans plus tard il fut mis en charge du département de la ferronnerie et de l'atelier de ferblanterie et fut aussi nommé acheteur pour la maison.

Durant ces années, M. Bennett acquit une précieuse expérience, spécialement dans les ventes, et en 1903 il entra dans le personnel de vente de la Gurney Tilden Co., et prit en charge le territoire de l'Est jusqu'à ce que la compagnie vendit à la Hamilton Stove and Heater Co., en 1908. M. Bennett resta avec cette dernière maison pendant trois ans, démissionnant pour entrer en société dans la Kir-Ben, Ltd.

L'expérience acquise par M. Bennett durant ses nombreuses années de service dans le commerce de la ferronnerie et des poêles, sera un actif précieux dans la direction des affaires de la nouvelle maison.

Les produits de la nouvelle maison ont été exposés pour la première fois à la dernière Exposition de Ferronnerie à Ottawa.

L'ASSEMBLEE DU CANADA CEMENT

La situation de la compagnie est superbe. — Il n'est pas question de dividende ordinaire.

La semaine dernière a eu lieu à l'hôtel Windsor l'assemblée générale annuelle du Canada Cement. Le sénateur W. E. Edwards, président de la compagnie, était au fauteuil et M. E. W. Cox fut élu pour succéder à son père au conseil d'administration. Les autres membres du conseil et du bureau furent réélus.

Après lecture du bilan, le président déclara n'avoir rien à ajouter. M. J. M. Kilbourn, vice-président de la compagnie, félicita les actionnaires de la situation prospère dans laquelle se trouve leur compagnie et termina en annonçant que bientôt un dividende sera réparti sur l'action ordinaire. Le président répondit aussitôt qu'il ne pouvait être question pour le moment de répartition de dividende, mais de rendre plus solide encore la situation déjà solide de la compagnie. M. F. P. Jones fit de semblables déclarations.

À la demande des actionnaires, M. Jones déclara que la vente en février est inférieure de 27% à celle du mois correspondant de 1913. Mais il ajouta que jamais encore on n'a vu une année qui ne s'est pas traduite par une augmentation de la vente du ciment. La production de 1913 a atteint 8,913,000 barils, soit une augmentation légèrement au-dessous de 5%, mais qui s'élève à 100% sur celle de 1912.

M. Jones a déclaré qu'il n'y a pas lieu de craindre la concurrence américaine, attendu que le ciment se vend meilleur marché au Canada qu'aux Etats-Unis. Le ciment est à \$1.25 à la tête des Grands Lacs et \$1.35 à Duluth. Pendant la période d'entrée en franchise il n'a pas

été importé plus de 250,000 barils de ciment. En fait, les Américains ont plus peur de nous que nous n'avons peur d'eux.

En résumé la situation du Canada Cement est superbe et l'avenir est brillant.

L'ASSOCIATION DES MARCHANDS DE FER DE LA PROVINCE D'ONTARIO.

Lors de la convention de la Ontario Retail Hardware and Stoves Dealers Association, qui a eu lieu à Ottawa le mois dernier, il a été question d'affilier cette association à l'Association des Marchands Détailliers du Canada. Le président, M. H. Occomore, fit la suggestion dans son rapport et les autres officiers partagèrent son opinion. Une assemblée conjointe fut appelée et l'on discuta les conditions auxquelles une telle action pourrait être prise. Tous reconnurent que l'Association des Marchands Détailliers offre aux détaillants plus de protection et d'avantage qu'aucune autre association ne peut offrir. Par sa charte, cette Association peut aider le commerce de détail soit au point de vue de la législation commerciale, soit au point de vue des relations que doivent entretenir les détaillants avec leurs fournisseurs.

Le comité exécutif de la Ontario Retail Hardware and Stoves Dealers Association doit rencontrer prochainement les officiers du Bureau fédéral de l'Association des Marchands Détailliers afin de régler la procédure à suivre sur cette question. Nous souhaitons que ces négociations réussissent.

RESOLUTION DU COMITE DE LA CANADIAN HARDWARE MANU- FACTURERS EXHIBITORS' AS- SOCIATION

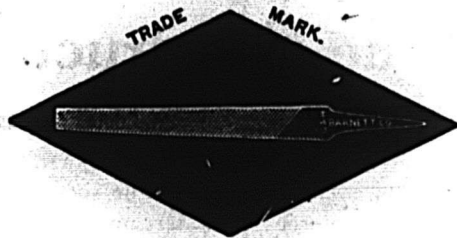
La Canadian Hardware Manufacturers Exhibitors' Association désire exprimer toute son appréciation au commerce de la Province de Québec pour sa gracieuse visite à l'Exposition d'Ottawa, et aussi remercier M. J. A. Beaudry, du journal "Le Prix Courant", pour ses efforts personnels à assurer à ce que le plus grand nombre possible de marchands de Québec s'intéressent à l'Exposition.

Fabrique de Limes BLACK DIAMOND

ETABLIE EN 1863

INCORPORÉE EN 1895

Douze Médailles de
Récompense aux
Expositions
INTERNATIONALES



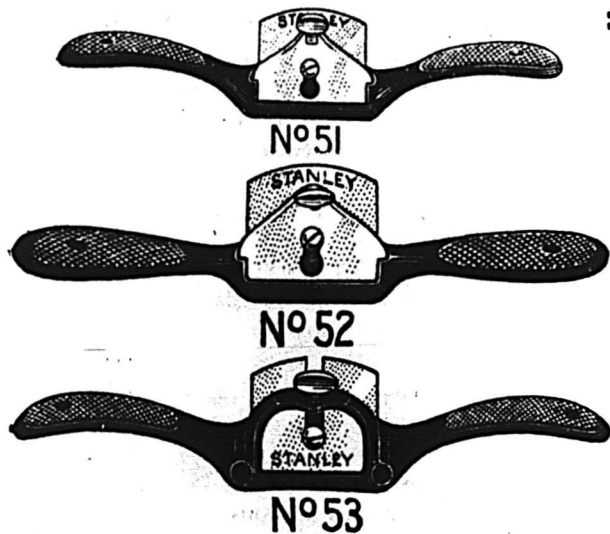
Grand Prix Spécial
MÉDAILLE D'OR
Atlanta, 1895

Catalogue envoyé gratuitement sur demande à toute personne intéressée dans le commerce de limes.

G. & H. BARNETT COMPANY,

Philadelphia, Pa.

Propriété exploitée par la Nicholson File Co.



Stanley Tools

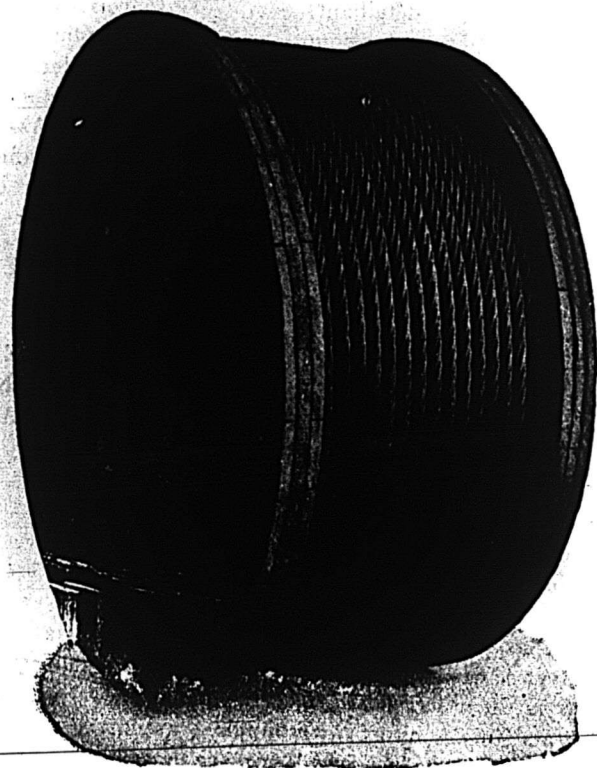
Nous ne montrons ici que quelques-uns des nombreux modèles de rabots [poke Shaves] que nous manufacturons. Dans chaque cas, les couteaux sont faits d'un acier de haute qualité. Les poignées sont peintes au japon et, dans chacune, il y a une ouverture qui permet de pendre l'outil lorsqu'on ne s'en sert pas.

Tous les numéros ci-contre et les autres sont maintenant fabriqués dans nos usines canadiennes.

Demandez notre Catalogue contenant les descriptions complètes.

STANLEY RULE & LEVEL CO.
NEW BRITAIN, CONN. U.S.A.

Câbles en fil métallique



pour hâler les machines et dépa-
cer les bâtisses

Câbles à lier le foin, etc.

Nous manufacturons toutes les sor-
tes de câbles en fil de fer pour
toutes les fins.

Accessoires en câble de fil de fer.
Graisse pour câble en fil de fer.

**THE B. GREENING WIRE
CO., LIMITED**

HAMILTON, ONT.

MONTREAL, P. Q.

(Ferronnerie) Marché de Montréal

LA SITUATION.

Le marché de la ferronnerie est toujours ferme, les affaires sont assez bonnes avec une tendance à s'améliorer, quant aux prix il n'y a aucun changement qu'il vaille la peine de mentionner. Mais c'est l'argent qui est un peu dur à faire rentrer, sans toutefois que l'on puisse dire pour cela que les recettes sont mauvaises.

Nous cotons:

PLOMBERIE

Tuyaux de plomb

Les prix sont de 7.50 moins 5% pour tuyaux en plomb et de 9.00 pour tuyaux de plomb composition moins 5%.

Tuyaux de renvoi en font et accessoires

Les escomptes sur les prix de la liste sont: tuyaux légers, 60%; tuyaux moyens et extra-forts, 65%, et accessoires légers, moyens et extra-forts, 70%.

Tuyaux en fer

Tuyaux noirs: ¼ pouce à ¾ pouce, 65 p.c.; ½ pouce, 70 p.c.; ¾ à 2 pouces, 74½ p.c.; 2½ à 4 pouces, 74 p.c.

Nous cotons, prix de la liste:

¼	100 pieds	6.00
½	100 pieds	6.00
¾	100 pieds	8.50
1	100 pieds	11.50
1¼	100 pieds	17.00
1½	100 pieds	23.00
2	100 pieds	27.50
2½	100 pieds	37.00
3	100 pieds	58.50
3½	100 pieds	76.50
4	100 pieds	109.00

Tuyaux galvanisés

Tuyaux galvanisés: ¼ à ¾ pouce, 50 p.c.; ½ pouce, 59 p.c.; ¾ à 2 pouces, 64½ p.c.; 2½ à 4 pouces, 64 p.c.

Nous cotons, prix de liste:

¼	100 pieds	6.00
---	-----------	------

¾	100 pieds	6.00
1	100 pieds	8.50
1¼	100 pieds	11.50
1½	100 pieds	17.00
2	100 pieds	23.00
2½	100 pieds	27.50
3	100 pieds	37.00
3½	100 pieds	58.50
4	100 pieds	76.50
4	100 pieds	92.00
4	100 pieds	109.00

Tuyaux en acier

2 pouces	100 pieds	9.60
2½ pouces	100 pieds	12.25
3 pouces	100 pieds	13.30
3½ pouces	100 pieds	15.55
4 pouces	100 pieds	19.80

Fer-blanc Charcoal

Nous cotons: 1 c. 14 x 20 4.65

Fer-blanc en feuilles

X. Extra par X et par csé 1.00 suivant qualité.

(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)

Au coke — Lydbrook ou égal

IC. 14 x 20, base bte 4.45 (Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)

Au Charbon—Terne-Dean ou égal

IC. 20 à 28 bte 7.40 (Caisse de 112 feuilles, 216 lbs. net)

(Caisse de 560 lbs.)

Feuilles étamées

XX. 14 x 60, gauge 26 lb. 0.07 0.07½
72 x 30 gauge 24, 100 lbs. 8.50
72 x 30 gauge 26, 100 lbs. 9.00

Tôles galvanisées "Canada"

Nous cotons: 52 feuilles, \$4.65; 60 feuilles, \$4.90.

Tôles noires

Feuilles:

22 à 24	2.65
26	2.75
28	2.85

Tôles galvanisées

Nous cotons à la caisse:

Gorbals		Queens		Fleur de Lis
Best	Best	Comet	Head	Lis
28 G	4.40	3.95	4.40	4.20
26 G	4.20	3.50	4.20	3.95
22 à 24 G	3.75	3.45	3.75	3.45
16-20	3.65	3.20	3.65	3.35

Les prix de la marque Comet sont plus tôt à la hausse.

Tôles Noires "Canada".

5a Feuilles	2.75
60 Feuilles	2.80
75 Feuilles	2.90

Apollo

10½ oz=28 Anglais	4.35
28 G.=26 Anglais	4.10
26 G	3.85
24 G.	3.60
22 G.	3.60
16 à 20 G.	3.45

Moins d'une caisse, 25¢ de plus par 100 livres.

28 G. Américain équivaut à 26 G. Anglais.

Petite tôle 18 x 24	52 feuilles	4.45
Petite tôle 18 x 24	60 feuilles	4.70

Soudure

Nous cotons: barre demi et demi, 24c, garantie, do., "Wiping", 21c, métal pour plombiers.

QUINCAILLERIE

Boulons et noix

Très ferme et à la hausse.
Nous cotons:
Boulons à voitures Norway (\$3.00) 50 et 10 p.c.
Boulons à voitures carrés (\$2.40) 60 et 10 p.c.
Boulons à voitures (\$1.00): grandeurs. 1 et moindres. 60 et 10 p.c.; 7/16 et au dessus, 52½ et 12½ p.c.
Roulons à machine, 1 pce et au-dessous 65 et 10 p.c.
Ball 100 lbs. 11.20

CARTOUCHES DOMINION

CALIBRE 22

LES DOMINION 22 courtes à poudre noire sont chargées avec de la Poudre de la meilleure qualité qui ne se prend pas en pain et d'une balle graissée qui empêche le fusil de se plomber d'aucune manière.

LES DOMINION 22 courtes à poudre sans fumée ont une balle non graissée et sont d'une exceptionnelle exactitude.

LES DOMINION 22 pour long fusil, chargées soit avec Poudre noire ou sans fumée, sont excessivement exactes jusqu'à 100 verges et peuvent être employées pour de bien plus grandes distances si une allocation est faite pour la hauteur et le vent. Les cartouches ont une haute vélocité et donnent une trajectoire très plate, combinée avec le plus haut degré d'exactitude.

LES DOMINION 22 automatiques, chargées avec de la Poudre sans fumée et une balle non graissée, sont d'idéales cartouches sportives et travaillant parfaitement dans le fusil automatique 22.

LES DOMINION 22 courtes et longues soit à poudre noire ou à poudre sans fumée sont aussi chargées avec des balles champignons. Elles sont sans égales pour attrapper du gibier.

LES DOMINION 22 W. R. F. et 22 Extra longues, chargées soit avec Poudre noire ou Poudre sans fumée, sont d'excellentes cartouches de sport.

LES DOMINION à balles de calibre 22 sont propres. Elles ne plomberont pas la rayure du barillet.

DOMINION CARTRIDGE COMPANY Limited, MONTREAL.Can.

Le succès d'un commerce dépend absolument de la satisfaction donnée à la clientèle, et rien ne peut satisfaire un client davantage que la qualité.



Les Peintures

MARTIN - SENOUR 100% Pureté

et toute la ligne de Produits

MARTIN - SENOUR

VERNIS, EMAUX, etc.,

étant de qualité supérieure, il s'ensuit que nos agents distributeurs ont l'avantage sur leurs concurrents.

La campagne de publicité que nous entreprenons pour le printemps dans presque tous les journaux et revues du pays saura contribuer à stimuler la vente, et chacun en retirera son profit.

S'il n'y a pas d'agent chez vous, écrivez de suite, et prenez avantage d'une proposition payante.

The Martin-Senour

Company Limited.

Fabricants de Peintures et Vernis.

MONTREAL, CHICAGO,
TORONTO.

WINNIPEG, LINCOLN,
HALIFAX.

Boulons à machine, 7/16 pce et au-dessus, 60 p.c.
Boulons à lisse, 1/2 et plus petits, 60 et 62 1/2 p.c.
Boulons à lisse, 7/16 et plus gros, 50 et 12 1/2 p.c.

Noix par boîtes de 100 lbs.

Nous cotons:
Noix carrés 4c la lb. de la liste
Boulons à charrue, 55 et 10 p.c.
La broche barbelée est cotée \$2.32 1/2 les 100 livres à Montréal.

Crampes à clôtures

Fer poli	\$2.55
Fer galvanisé	2.85
Broches pour poulaillers	
1/2 x 20 x 30"	4.10
1/2 x 30 x 36"	4.75
1/2 x 22 x 24"	5.00
1/2 x 22 x 30"	6.30
L'escompte est de 60% sur la liste.	
1/2 x 20 x 24"	3.40
1/2 x 22 x 36"	7.50

Broche galvanisée, etc.

Nous cotons:

No 9	les 100 lbs.	2.30
No 12	les 100 lbs.	2.45
No 13	les 100 lbs.	2.55
Poli brûlé:		
No 10	les 100 lbs.	2.35
No 0 à 9	les 100 lbs.	2.35
No 11	les 100 lbs.	2.42
No 12	les 100 lbs.	2.60
No 13	les 100 lbs.	2.70
No 14	les 100 lbs.	2.80
No 15	les 100 lbs.	2.85
No 16	les 100 lbs.	3.00
Brûlé, p. tuyaux	100 lbs. No 18	3.85
Brûlé, p. tuyaux	100 lbs. No 19	4.70
Extra pour broche huilée.	10c p. 100 lbs.	

Broche à foin

La demande est faible.
Nous cotons net:
Marché très ferme.
No 13, \$2.25; No 14, \$2.30, et No 15, \$2.40. Broche à foin en acier coupé de longueur, escompte 25 p.c. sur la liste.

Plaques d'acier

1/2 pouce	100 livres	2.40
3/16 pouce	100 livres	2.70

Zinc en feuilles

Le marché est ferme.
Nous cotons: \$7.00 à \$7.25 les 100 lb.

Coudes pour tuyaux

Nous cotons à la doz.: coudes ronds ordinaires 75 feuilles, \$1.10; 60 feuilles, \$1.35; et polis, 60 feuilles, \$1.60.

Broche moustiquaire

Forte demande.
Nous cotons: broche noire, \$1.55 par rouleau de 100 pieds.

Broquettes

Pour boîtes à fraises	75 et 12 1/2 p.c.
Pour boîtes à fromage	85 et 10 p.c.
A valises	80 et 12 1/2 p.c.
A tapis, bleues	80 p.c.
A tapis, étamées	80 et 15 p.c.
A tapis, en barils	40 p.c.
Coupées bleues, en doz.	75 et 12 1/2 p.c.
Coupées bleues et 1/2 pesanteur	60 p.c.
Sweden, coupées, bleues et ornées, en doz.	75 p.c.
A chaussures, en doz.	50 p.c.
A chaussures, en uqts 1 lb.	60 et 10 p.c.

Clous de broche

Nous cotons: \$2.20 prix de base, f.o.b., Montréal.
b. Montréal.

Clous à cheval

Nous cotons par boîte: No 7, \$2.00; No 8, \$2.75; No 9, \$2.60; No 10, \$2.50. avec escompte de 10 p.c.

Fers à cheval

Nous cotons f.o.b., à Montréal:
Neverslip crampons, 1/2 le cent 3.80 et plus et plus
No 2 No 1 grand petit

Fers ordinaires et

pesants, le qrt	3.90	4.15
Neverslip crampons 7/16, le cent	2.40	
Neverslip crampons 1/2, le cent	2.60	
Neverslip crampons 9/16, le cent	2.80	
Neverslip crampons 5/16, le cent	2.00	
Neverslip crampons 1/2, le cent	2.20	
Fer à neige, le qrt	4.15	4.40
New Light Pattern, le qrt	4.35	4.60
Fer "Toe Weight" No 1 à 4	6.75	
Featherweight No 0 à 4	5.75	
Fers assortis de plus d'une grandeur au baril, 10c à 25c extra par baril.		

Chaines en fer

Très ferme.
On cote par 100 lbs.:

3/16 No 6	10.00
3/16 exact 5	8.50
3/16 full 5	7.00
1/2 exact 3	6.50
1/2	6.50
5/16	4.40



VOTRE COMMERCE DE MUNITIONS EN 1914

Vous préparez votre commerce de munitions pour l'année—établissant vos spécifications et vous êtes prêt à les prendre de votre marchand de gros.

Un point, spécialement, auquel vous devriez penser et agir en conséquence, c'est:

La tendance parmi les sportsmen les mieux avisés est de concentrer sur les Remington-UMC,

Plusieurs de vos clients emploient depuis longtemps les munitions Remington-UMC. Ces hommes vous les connaissent et vous les fournirez.

Et en dehors de cela, il vous faut faire des préparatifs spéciaux pour prendre soin de la demande de saison provenant des hommes qui se sont servis des Remington-UMC quelques fois la saison dernière—et les convaincre que ce sont les munitions qu'ils devraient prendre.

Le marchand qui fait son point le plus fort des douilles Remington-UMC, se met en position de prendre la tête du commerce des munitions.

REMINGTON ARMS-UNION METALLIC
CARTRIDGE Co.

WINDSOR, - - - - - ONTARIO.

Clous coupés

Nous cotons : prix de base, \$2.50 f. o.

8	3.90
7/10	3.80
6	3.70
9/10	3.60
5	3.40
4	3.30
3	3.30
2	3.30

Vis à bois

Les escomptes à la liste sont de

Tête plate, acier	85	10 et 7½	p.c. 10
Tête ronde, acier	80	10 et 7½	p.c. 10
Tête plate, cuivre	75	10 et 7½	p.c. 10
Tête ronde, cuivre	70	10 et 7½	p.c. 10
Tête plate, bronze	70	10 et 7½	p.c. 10
Tête ronde, bronze	65	10 et 7½	p.c. 10

Fanaux

Nous cotons:

Wright No 3	doz.	8.50
Ordinaires	doz.	4.75
Dashboard C. B.	doz.	9.00
No 2	doz.	7.00

Peints. 50c extra par doz.

Tordeuses à linge

Nous cotons:

Royal Canadian	doz.	47.75
Colonial	doz.	52.75
Safety	doz.	50.25
E. Z. E.	doz.	51.75
Rapid	doz.	40.75
Paragon	doz.	54.00
Bicycle	doz.	60.50

Moins escompte de 20 p.c. Fore demande.

Munitions

L'escompte sur les cartouches canadiennes est de 30 et 10 pour cent. La demande est très active.

Plomb de chasse

Nous cotons net.

Orinaire.	100 lbs.	10.00
Chilled.	100 lbs.	10.40
Duck and Seal	100 lbs.	10.80

MÉTAUX

Antimoine

Le marché est à la baisse, \$9.00 à \$9.25.

Fonte

Nous cotons:

Carron Soft	24.50
Clarence No 3	21.00

Fer en barre

Faible.

Nous cotons:

Fer marchand	base 100 lbs.	2.10
Fer forgé	base 100 lbs.	2.25
Fer fini	base 100 lbs.	2.35
Fer pour fers à cheval	base 100 lbs.	2.40

Feuillard mince 1½ à 2 pcs	base	3.20
Feuillard épais No 10	base	2.25

Acier en barre

Faible.

Nous cotons net, 30 jours:

Acier doux base 100 lbs.	0.00	2.25
Acier à rivets base 100 lbs.	2.10	2.25
Acier à lisse base 100 lbs.	0.00	2.25
Acier à bandage base 100 lbs.	0.00	2.25
Acier à machine base 100 lbs.	0.00	2.25
Acier à pince base 100 lbs.	0.00	2.05
Acier à ressorts base 100 lbs.	2.75	3.10

Cuivre en lingots

Le marché est faible.

Nous cotons: \$17.00 à \$17.50 les 100 lbs. Le cuivre en feuilles est coté à 25c la livre.

Etain en lingots

Nous cotons: \$45.50 à \$46.00 les 100 livres.
Marché tranquille, demande peu considérable.

Plomb en lingots

Plus fort: \$5.25 à \$5.50.

Zinc en lingots

La demande est forte.

Nous cotons: \$6.25 à \$6.50 les 100 livres

HUILES, PEINTURES ET VITRERIE

Huile de lin

Prix fermes.
Nous cotons au gallon, prix nets: huile bouillie 65c, huile crue 62c.

Huile de loup-marin

Nous cotons au gallon:
Huile extra raffinée 70c

Essence de térébenthine

Ferme.
Nous cotons 72c le gallon par quantité de 5 gallons et 67c le gallon par baril.

Blanc de plomb

Forté demande. Ferme.

Blanc de plomb pur	8.25
Blanc de plomb No 1	7.60
Blanc de plomb No 2	7.40
Blanc de plomb No 3	6.05
Blanc de plomb No 4	6.75

Pitch

Nous cotons:

Goudron pur, 100 lbs.	0.70	0.80
Goudron liquide, brl	0.00	4.00

Si vous avez souci de vos arbres, vous ne pouvez vous dispenser d'un sécateur "ORCHARD KING".



Cette cisaille à élaguer, dont on se sert à deux mains, coupe une branche d'arbre, verte, d'une épaisseur de deux pouces.

Un coussinet à billes en rend le fonctionnement facile et prévient l'usure.

Remarquez la force composée du levier et notez aussi l'entaille dans la lame près du boulon du pivot. Ces caractéristiques exclusives déterminent une puissante coupe très longue, de telle sorte que les branches ne sont pas abîmées ou écrasées, mais coupées bien nettement. Par suite les arbres guérissent vite.

Si votre marchand en gros ne tient pas en magasin cette cisaille à élaguer, écrivez-nous pour connaître nos prix.

TAYLOR-FORBES COMPANY Limited,

246 Rue Craig Ouest, MONTREAL.

La Demande Générale est Créée par les Mar- chandises Annoncées.

Les marques de marchandises de qualité supérieure annoncées, ont beaucoup plus de vogue que les marchandises de même qualité, mais non annoncées.

La publicité non seulement stimule la demande pour une certaine marque, mais elle crée une demande pour d'autres marchandises que l'on a en vente.

CANADA Portland CEMENT

<p>est la marque de haute qualité en fait de ciment et est annoncée dans près de mille journaux et publications au Canada.</p>	<p>Le marchand qui vend le Ciment Canada assure à ses clients une satisfaction entière, et lui attire souvent de nouveaux clients.</p>
--	--

Ecrivez et demandez dès maintenant nos prix et conditions afin de pouvoir lutter avantageusement, et de vous procurer par là votre part du commerce de ciment pour 1914.

Canada Cement Company Limited

Bureau-Chef : 921 Edifice "Herald" Montréal.

Bureaux de ventes à

Montréal Toronto Winnipeg Calgary



Amatite ROOFING

NE REQUIERT PAS DE PEINTURE



Lorsque votre toiture est couverte avec l'Amatite, c'est la fin de la nuisance de peindre la toiture. L'Amatite a une vraie surface minérale et n'a pas besoin de peinture.

La surface minérale rend la peinture inutile et est à l'épreuve de la pluie, des bourrasques, du vent et de la neige pendant des années sans avoir besoin de soins.

Lorsque vous peignez les toitures à l'ancienne mode, vous essayez presque à les préserver de l'humidité. L'Amatite est faite pour être mouillée car l'eau ne l'endommagera nullement. La prochaine fois que votre vieille toiture aura besoin de peinture, couvrez-la avec de l'Amatite au lieu de la peindre.

Un échantillon d'Amatite et une brochure expliquant son emploi vous seront envoyés sur demande. Adressez au plus prochain bureau de poste.

The Paterson Mfg. Co., Limited

MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG, VAN-
COUVER, ST-JOHN, N.B. HALIFAX, N.E.
SYDNEY, N.E.

Marchands—Tenez cette clôture

VOTRE succès dans la vente de la clôture ne dépend pas autant de votre habileté à vendre que de la clôture elle-même. C'est son service comme clôture—non son prix—qui vous amène des clients. La nôtre est une clôture de service—une clôture pour commandes répétées. Nous avons des lettres provenant de marchands de tout le Canada qui prouvent ce que nous disons.

La Cloture Ornementale Peerless

non seulement protège, mais embellit aussi la propriété. Chaque montant est fait de fort et dur fil de fer qui ne faiblira pas. Notre clôture est faite de fil métallique galvanisé et de plus, on lui donne une couche de peinture de zinc émaillé, ceci faisant la meilleure assurance contre la rouille. La clôture Peerless est facile à ériger et gardera sa forme pendant des années. Nous construisons aussi une ligne complète de barrières ornementales.

Demandez la Proposition pour Marchands

Demandez nos circulaires ou brochures montrant plusieurs superbes dessins pour pelouses, parcs, cimetières, etc. Aussi demandez à propos de nos barrières de fermes et de clôtures.

The Banwell-Hoxie Wire Fence Co., Limited

WINNIPEG, Man.
HAMILTON, Ont.



NOVA SCOTIA STEEL & COAL CO.

LIMITED

MANUFACTURIERS

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

GROSSES PIECES DE FORGE. UNE SPECIALITE

Mines de Fer, Wabana, Terre-Neuve.—Mines 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.

Beaucoup de commis pensent que l'art de la vente se compose de 99 pour cent de paroles. Ce genre de vendeurs n'attire pas le client de qualité ni même beaucoup d'autres de qualité moindre.

LOI LACOMBE

Déposants

Théo. Fritz Anna Grobbels
Domina Masse M. S. R. Co.
Alfred Rose La Cité de Montréal
Benj. Dumoulin Henry Morgan & Co.
J.A.S. Desautels Jos. Quevillon & Cie
J. E. Armstrong Robert Mitchell
Adol. Larose Andrew Wilson
Geo. W. Smith G. T. R.
Art. Beellefeuille J. A. Danis
I. Julien fils Dominion Textile
Louis Trudeau La Cité de Montréal
Geo. Lepage Sunshine Laundry Co. Ltd
F. X. Meilleur La Cité de Montréal
Zénon Intras D. Lavallée
Ella Marcotte E. S. Small & Co.
I. Gibb Viau La Cité de Montréal
Raoul Lachance Leneham & Graham

Employés

OCCASIONS D'AFFAIRES

Nos abonnés qui pourraient intéresser les demandes de représentations, d'agences de marchandises, etc., publiées dans "Le Prix Courant", n'auront qu'à nous faire connaître le numéro de l'occasion d'affaires qui les intéresse pour que nous leur adressions tous les renseignements complémentaires qui pourraient leur être utiles.

50-2. Patates. — Les exportateurs canadiens qui désirent étendre leur commerce à Cuba sont invités à correspondre avec une maison de la Havane.

51-2. Peinture à l'eau. — Une maison de la République de St-Domingue désire entrer en relation avec les manufacturiers canadiens de ces peintures.

52-2. Bois de commerce. — Les exportateurs canadiens qui désirent étendre leur commerce dans la République de St-Domingue sont invités à correspondre avec une maison de St-Domingue.

53-2. Poissons. — Les exportateurs canadiens sont invités à correspondre avec une maison de la République de St-Domingue.

54-2. Fil de fer (broche) à clôture. — Une maison de la République de St-Domingue désire établir des relations avec manufacturiers canadiens de première classe.

55-2. Clous — Une maison de la République de St-Domingue demande à correspondre avec manufacturiers canadiens.

**Ferronnerie, Quincaillerie, Peintures
et Vernis, Huiles, Vitres, Matériaux
de Construction, etc.**

EN GROS SEULEMENT.



NOS voyageurs sont actuellement en route pour vous visiter ; ils vous offriront les dernières nouveautés de l'année.

RESERVEZ quelques minutes d'examen à leurs échantillons, ce ne sera pas du temps perdu pour vous.

LEUR collection d'articles est aussi complète que possible et présente un assortiment des plus variés.

NOS prix ont été établis avec soin, vous ne pouvez manquer de les trouver avantageux et nous espérons que vous voudrez bien nous donner la faveur de vos ordres, que nous remplirons à votre entière satisfaction.

L. H. HEBERT & CIE., LIMITEE.

IMPORTATEURS

297 et 299, rue St-Paul, --- MONTERAL.

LA CONSTRUCTION

Durant la semaine terminée le 3 mars 1914, la ville a émis 27 permis de construire, au coût total de \$108,980 pour les nouvelles constructions, et de 26 permis pour les réparations.

Les chiffres ci-dessous en indiquent la répartition par quartier et donnent le coût approximatif de chaque construction, moins les détails des permis au-dessous de \$1,000.

Quartier—	Coût.
St-André	\$300
Papineau	3,200
St-Denis	20,980
Laurier	13,150
St-Louis	10,650
St-Georges	950
Delorimier	23,000
St-Anne	2,600
Rosemont	11,050
St-Jean-Baptiste	200
St-Jacques	2,200
St-Laurent	2,200
Duvernay	6,000
Mont-Royal	125
Hochelaga	28,000
St-Henri	11,700
Bordeaux	1,500
St-Marie	250

Ouest	7,000
Centre	14,000
Ste-Cunégonde	50
Notre-Dame de Grâce	800
Total	\$159,905

Nouveaux permis

Rue St-Martin, quartier Ste-Anne; 1 maison, 1 entrepôt, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$2,000. Propriétaire, D. McCurer, 65 Duke.

Rue Christophe Colomb, quartier St-Denis; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$3,800. Propriétaire, Alp. Labelle, 150 Mont-Royal Est.

9e Avenue, quartier Rosemont; 2 maisons, 6 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$9,000. Propriétaire, J. E. Robin, 589 9e Avenue.

Rue Sheppard, quartier Papineau; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$3,200. Propriétaire, R. Marsolais, 319 Beaudry.

Rue Cartier, quartier Delorimier; 2 maisons, 9 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$6,500. Propriétaire, N. Lévesque, 786 Dorion.

Rue Henri Julien, quartier Laurier; 2 maisons, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$4,000. Propriétaire, A. Soucisse, 783 Alma.

Rue Chambly, quartier Hochelaga; 4 maisons, 12 logements, 3 étages, 2e

classe; coût prob. \$16,000. Propriétaire, J. E. Tremblay, 17 Chambly.

Rue Cartier, quartier Delorimier; 2 maisons, 9 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$6,500. Propriétaire, N. Lévesque, 786 Dorion.

8e Avenue, quartier Rosemont; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$1,500. Propriétaire, A. Desroches, 469 8e Avenue.

Rue Chambord, quartier St-Denis; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$1,500. Propriétaire, Geo. Landry, 170 Chambord.

Rue St-Antoine, quartier St-Henri; 2 maisons, 1 magasin, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$10,000. Propriétaire, R. Laberge, 141 rue du Couvent.

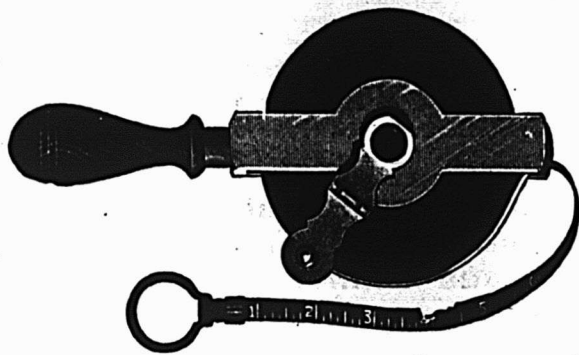
Carré St-Louis, quartier St-Louis; 1 maison, 2 logements, 4 étages, 2e classe; coût prob. \$7,700. Propriétaire, Jos. Monette, 74 Parc Lafontaine.

Rue Parthenais, quartier St-Denis; 1 maison, 3 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$1,500. Propriétaire, Alb. King, 372 Frontenaec.

Rue Delaroche, quartier St-Denis; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$3,000. Propriétaire, J. Jackson, 1991 Delaroche.

Rue Forsyth, quartier Hochelaga; 2 maisons, 14 logements, 4 étages, 2e classe; coût prob. \$8,000. Propriétaire, Jos. Tremblay, 419 Forsythe.

Rue Shaughnessy, quartier Bordeaux;



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

REGLES ET GALLONS DE MESURE

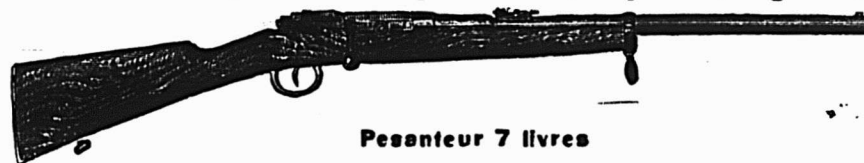
LUFKIN

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

CATALOGUE SUR DEMANDE.

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

NOUS vous offrons ce fusil simple, supérieur, pour gros gibier, à un très bas prix. C'est le moment de vous en procurer un, calibre 11mm ou 43. Longueur totale, 39 pouces; longueur du canon 20 pouces.



Pesanteur 7 livres

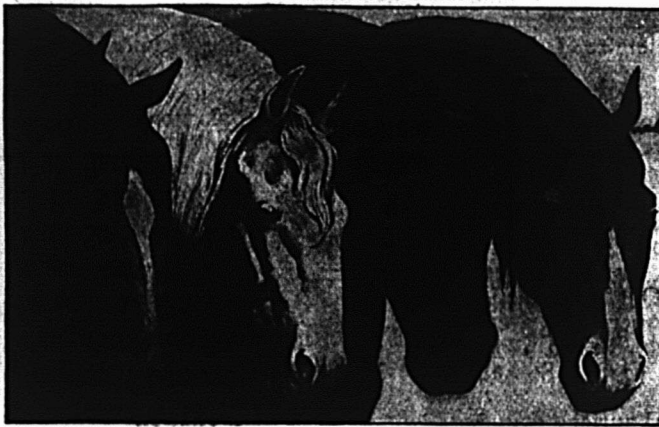
C'est le véritable fusil de l'armée Allemande ("Mauser"), modèle 71, que nous avons transformé en fusil de chasse. Aucun gibier n'est trop gros pour ce fusil. Il est très utile pour la forêt, pour la ferme, ou tout autre endroit giboyeux. Tout le mécanisme de la culasse est fait de fin acier à outils. Un levier de sûreté barre le fusil, de façon à ce qu'il ne puisse faire feu et la culasse ne peut s'ouvrir que lorsque ce levier est dégagé, ce qui garantit une sûreté absolue.

McGILL CUTLERY COMPANY, REGISTERED.

Boîte Postale 580,

Montréal, Canada.

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT".



Le compagnon silencieux de l'homme, qui ne se plaint pas, mais qui vaut et demande les soins de l'homme.

THE STEWART

Machine à coussinet à bille pour tondre les chevaux.

La seule tondeuse entièrement satisfaisante et se vendant bien qui soit faite.

LA MACHINE ETALON DE L'UNIVERS.

Insistez pour avoir l'authentique machine Stewart et méfiez-vous des imitations. Chaque machine Stewart est garantie de plaire ou l'argent est remboursé par les manufacturiers. La Stewart est la tondeuse originelle à coussinet à bille. Elle est très bien annoncée pour le marchand à tout propriétaire de chevaux au Canada. Les chevaux coûtent plus cher que jamais, demandent plus de soin, et, avec les soins, vient le tondage au printemps et en automne.

Tondre un cheval lui fait du bien, il travaille mieux, prévient les rhumes en ne restant pas en sueur, prévient aussi la raideur et la fatigue. Toutes les autorités compétentes sont d'accord que c'est une nécessité absolue, surtout pour les chevaux de travail.

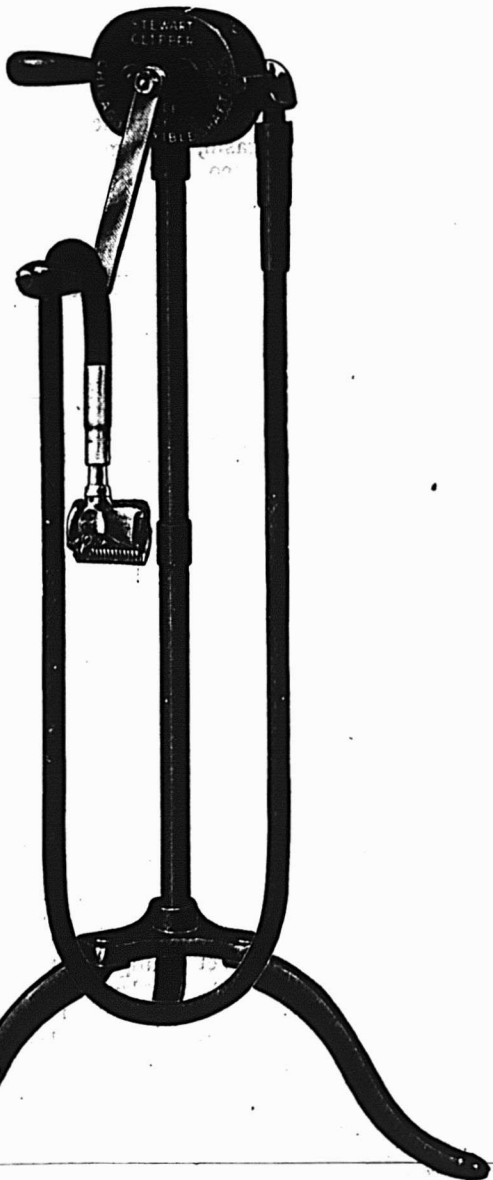
Tout marchand qui montre la machine Stewart dans son magasin ou sa vitrine durant les mois du printemps, fera des ventes et profits excellents.

Commandez maintenant et soyez prêt pour le commerce du printemps. **Seulement \$8-75 prix de détail.** Escompte libéral aux marchands.

Voici la liste des marchands de gros de la province de Québec qui vendent les machines Stewart **Exclusivement**, ce qui est une garantie de la valeur de la machine et de l'intégrité des manufacturiers.

- Caverhill Learmont Co. . . . Montréal
- Frothingham & Workman . . . “
- L. H. Hébert & Cie “
- Lamontagne Ltée “
- Létang Hardware Co. “
- Lewis Bros. Ltd “
- Ludger Gravel “
- Starke-Seybold Ltd. “
- J. H. Wilson. “
- Chinic Hardware Co. Québec
- Coderre & Fils Inc. Sherbrooke
- J S. Mitchell & Co. “

Prix de détail
seulement
\$8.75
complète

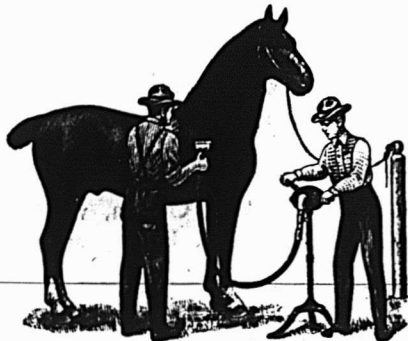


La machine à coussinet à bille "STEWART" pour tondre les chevaux.

Donnez votre ordre à votre marchand de gros aujourd'hui.

CHICAGO FLEXIBLE SHAFT COMPANY

**93 AVE. LASALLE
CHICAGO, E.U.A.**



1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$1,000. Propriétaire, Ed. Beggar, 3214 Bickerdike.

Rue Cartier, quartier Delorimier; 3 maisons, 9 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$10,000. Propriétaire, D. Baillargeon, 1653 des Erables.

Rue St-Dominique, quartier Laurier; 2 maisons, 6 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$5,000. Propriétaire, Maxime Poirier, 73 St-Zotique.

Rue St-Viateur, quartier St-Louis; 1 maison, 1 manufacture, 3 étages, 2e classe; coût prob. \$2,800. Propriétaire, J. B. Goyer, 2205 St-Laurent.

Rue St-Hubert, quartier St-Jacques; 1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$1,500. Propriétaire, V. Meunier, 199 St-Hubert.

Réparations

Rue St-Laurent, quartier St-Laurent; 1 maison, 1 magasin, 1 logement, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$1,000. Propriétaire, Mark Norkmair, 114 Fairmount.

Rue Beaubien, quartier St-Denis; 1 maison, 1 magasin, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$10,000. Propriétaire, F. Quevillon, 470 Beaubien.

Rue Notre-Dame Ouest, quartier Ouest; 1 maison, 1 magasin, 1 logement; coût prob. \$7,000. Propriétaire, Canada Office Furniture Co., 221 St-Jacques.

Rue Notre-Dame Ouest, quartier Centre; 1 maison, 1 magasin, 4 étages, 2e classe; coût prob. \$14,000. Propriétaire, C. J. Fleet, rue St-Jacques.

Rue Clarke, quartier Laurier; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$1,500. Propriétaire, J. B. Picard, 1497 Clarke.

Rue Bleury, quartier St-Laurent; 1 maison, 1 magasin, 1 logement; coût prob. \$1,200. Propriétaire, Belego-Canadian Realty Co., Transportation Bldg.

Rue St-Hubert, quartier St-Denis; 1 maison, 1 magasin, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob. \$1,000. Propriétaire, J. N. Cabana, 341 St-Hubert.

Rue Notre-Dame Ouest, quartier St-Henri; 1 maison, 2 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob. \$1,200. Propriétaire, Saul Wagner, 1486 St-Laurent.

Rue Clarke, quartier Laurier; 1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob. \$1,400. Propriétaire, E. Simard, 204 McCord.

Rue St-André, quartier Duvernay; 1 maison, 1 logement, 2e classe; coût prob. \$6,000.

ACTES INSCRITS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT A ARTHABASKA, PENDANT LA SEMAINE TERMINEE LE 21 FEVRIER 1914.

Ventes

Adéard Gélinas à Théode Bournival, No 11b, 12e rang, Simpson, \$7,900 dont \$250 acompte; Dme Zoé Bruneau à Louis Gagnon, P. 12b, cont. 11e rang, Madd. pour \$200, due; Albert Carignan à Emile Car-

gnan, 24a, 12e rang, Stanfold, \$1,300 dont \$800 acompte; Paul Lavigne à Jos. Leblanc, P. 93-84, Ste-Victoire, \$195, payées; Dme Fab. Beudet, à Dme Thérèse Picher, P. O. 297, Ste-Victoire, \$2,132 dont \$250 acompte; Alph. Fortin à Amédée Hamel, P. 454, Ste-Victoire, \$800 dont \$350 acompte; B. Pellerin et R. Côté à Jos. Pellerin, P. 315, Bulstrode, \$3,000 dont \$300 acompte; Esd. et Henri Béliveau à Art. Bergeron, 765, Bulstrode, \$600 payées.

Obligation

F. X. Beudet à Dme Hélène Labbé, 322 Ste-Victoire, \$1,000 à 6%.

Donation

De deniers, par Dame Octavie Hamel à Oscar Carignan, son fils.

Renonciation

A la succession Et. Cantin, par Dame Claudia Cantin.

Déclaration

Du décès de Adam Desfossés; Joseph Aimé Desfossés, son fils, P. 1068, 1069, 1072.

C'est un pauvre vendeur que celui qui se contente de dire: "Nous ne tenons pas cet article" ou "Nous n'en avons plus"; qui laisse partir le client sans essayer de lui vendre quelque chose se rapprochant de ce qu'il désire.

Profits et Livres

Chaque fois que vous vendez quoi que ce soit à votre comptoir, la justesse de vos balances détermine votre profit ou votre perte. Il vaut mieux pour vous ne pas avoir de balance du tout que d'en avoir une inexacte, car les erreurs qu'elle vous fait commettre vous causeront bien des ennuis. Si la perte est trop légère, vos clients mettront en doute votre honnêteté et vous perdrez leur clientèle. Si la pesée est trop lourde vous perdrez de l'argent à partir du jour où vous commencerez à vous en servir.



FAIRBANKS

"Les balances qui ont rendu le pesage juste."

Elles sont manufacturées depuis plus de 80 ans et ont une réputation internationale pour la justesse et la durée. Les Balances Fairbanks ont été adoptées par les gouvernements des Etats-Unis, du Canada et étrangers, et sont universellement employées dans presque tous les cas où l'exactitude des poids entre en ligne de compte pour réaliser des bénéfices. La Bascule Transportable illustrée ici est notre type étalon pour la pesée de tons les genres de marchandises générales. Comme pour toutes les Balances Fairbanks, toutes ses parties sont fabriquées au moyen des meilleurs matériaux; les supports et pivots sont en acier finement trempé. On les livre avec ou sans roues. Diverses grandeurs, pesant de 400 à 2,500 livres. Ecrivez pour avoir notre Catalogue et nos prix.

THE CANADIAN FAIRBANKS-MORSE CO., Limited.
84 Rue St-Antoine, MONTREAL.

GRAND TRUNK RAILWAY SYSTEM

QUATRE TRAINS EXPRESS PAR JOUR

LA VOIE DOUBLE

Montréal et Toronto.

Aménagement supérieur. Wagon à compartiments "Club" au train de 10 h. 30 du soir.

L'"International Limited"

Le Train le plus beau et le plus rapide du Canada
Montréal-Toronto-Chicago, à 9 h. du matin, tous les jours.

Montréal-Ottawa

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

Montréal-Québec

Sherbrooke-Lennoxville

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

Montréal-Portland

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

Excursions de Colons

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

BUREAUX DES BILLETS EN VILLE :

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

Le journal du mois de mars du
“FOOT PRINTS”

Contient le catalogue de 1914

des marques de claques

“ Jacques Cartier ”

“ Merchants ”

“ Dominion ”

“ Anchor ” et

“ Fleet Foot ”.

Ce journal est rempli de nouveaux modèles et formes perfectionnées. Si votre journal ne vous est pas parvenu, écrivez pour en avoir un.

C'est le plus grand et le plus complet catalogue de claques qui ait jamais été publié.

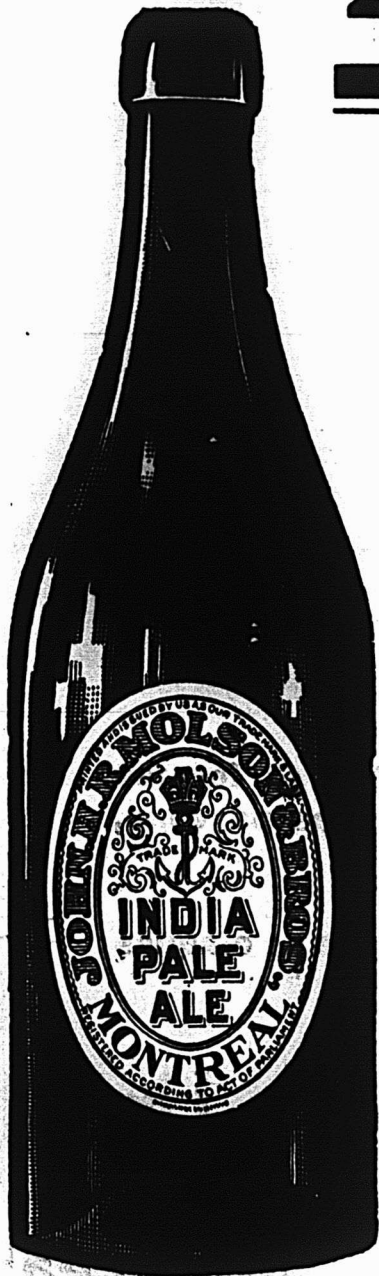
Canadian Consolidated Rubber Co., Limited.

Agent des Ventes, = = Montréal.

28 Succursales dans tout le Canada.

La Bière Populaire

MOLSON



Est celle que veut le Con-
sommateur; donnez-la lui.

La vente de cette BIÈRE
excède celle de toutes les
autres marques réunies.

Brassée à Montréal depuis

127 ANS.

Vins et Liqueurs

SITUATION VINICOLE

On lit dans le "Moniteur Vinicole":

Le froid se prolonge d'une façon inaccoutumée. Voilà une période d'un mois environ où le thermomètre s'est tenu beaucoup plus souvent sous zéro qu'au-dessus. Il faut remonter en arrière de plusieurs années pour en trouver l'équivalent. Voilà une trentaine d'années que l'on se plaignait ordinairement de ne plus avoir de saisons régulières. Puisse la rigueur de la présente froidure nous présager le retour de leur succession normale!

Les travaux de la vigne sont encore restés interrompus; tailler les ceps serait dangereux pour la plante; il serait impossible d'entamer le sol, durci comme la pierre, avec les instruments aratoires.

Pendant ce temps on s'occupe avantageusement à soigner les vins dans les celliers. Les conditions ambiantes favorisent les premiers soutirages. On continue à les effectuer activement dans la plupart de nos régions méridionales, depuis la Provence jusqu'au Bordelais, en comprenant dans cette zone tous les départements proches de la Méditerranée. Cette absence de perturbations atmosphériques est la meilleure des préparations pour cette même opération importante, qui se fera successivement dans nos autres départements jusqu'en mars. Depuis la Noël, le dépouillement des vins, et particulièrement celui des vins blancs, dont l'éclaircissement paraissait assez souvent douteux, s'est fait beaucoup mieux et plus vite qu'on ne l'espérait.

Soit à cause de la glace sur les cours d'eau, ou de la neige sur les routes et les voies ferrées, soit crainte d'exposer à la gelée les liqueurs en fûts, les expéditions n'ont pu reprendre encore leur allure ordinaire.

Sur nos marchés l'affluence des visiteurs est en rapport avec les péripéties du temps. Les rigueurs du moment l'éloignent; un rayon de soleil le ramène. Mais qu'il y en ait peu ou prou, les affaires n'en deviennent ni plus nombreuses ni plus importantes. On achète çà et là selon les besoins du jour.

Dans le Midi, la plupart du temps, il n'y a pas eu de cote, mais la tendance reste ferme.

Par contre, le fléchissement paraît dominer un peu dans le Haut-Languedoc. On a pu faire des vins rouges de Gaillac, 8 degrés à 60 francs la barrique nu; des 9 degrés à 9°5 à 65 francs; et des blancs secs à 73 francs pour 10 degrés, de 76 à 77 francs pour 11 degrés à 11°5.

Peu d'affaires dans le Bordelais; antérieurement à la trêve, les vins rouges ordinaires étaient tenus comme suit dans cette importante région: Blayais, artisans, 320 francs le tonneau nu; bourgeois, de 425 à 450 logé; bourgeois, paysans, de 300 à 325 francs nu; bourgeois, 340 francs nu; Cubzadais, 350 francs nu; St-Emilionnais, qualités courantes, 320 francs nu; Fronsadais, de 300 à 320 francs; palus d'Ambers, de 300 à 325 francs nu; Cadillac, 400 francs le tonneau logé.

Les vins blancs invendus de l'île d'Oléron valent de 55 à 58 francs la barrique sur lie.

Dans le Centre-Nord, le Centre, les régions bourguignonnes, situation sans changement.

Les mauvais temps qui ont sévi dans le golfe de Gascogne ont interrompu dernièrement les arrivages des vins d'Espagne à Cette; ces provenances y sont cotées de 31 à 32 francs l'hectolitre.

Le calme reste la note dominante en Algérie.

RAPPORT DU REVENU DE L'INTERIEUR

Le rapport du Département du Revenu de l'Intérieur de la Puissance du Canada pour l'année fiscale se terminant le 31 mars 1913, a récemment été publié. Autant que le commerce des liqueurs est concerné, les affaires ont été très satisfaisantes.

Le revenu total de l'année sous le titre de l'excise était de \$21,487,918 comparé avec \$19,306,069 en 1912, ce qui fait un surplus de \$2,181,849. Tel que comparé avec 1909, le surplus de l'an dernier montre une augmentation de \$6,403,329 ou 42% dans le cours de cinq années. Voici des chiffres probants pour quelques-uns des principaux items:

	1913	1912
Alcools en esprit	\$9,474,142	\$8,667,666
Liqueurs fermentées	149,437	86,756
Malt	1,864,525	1,716,547
Esprit ou alcool méthylique	118,077	93,083

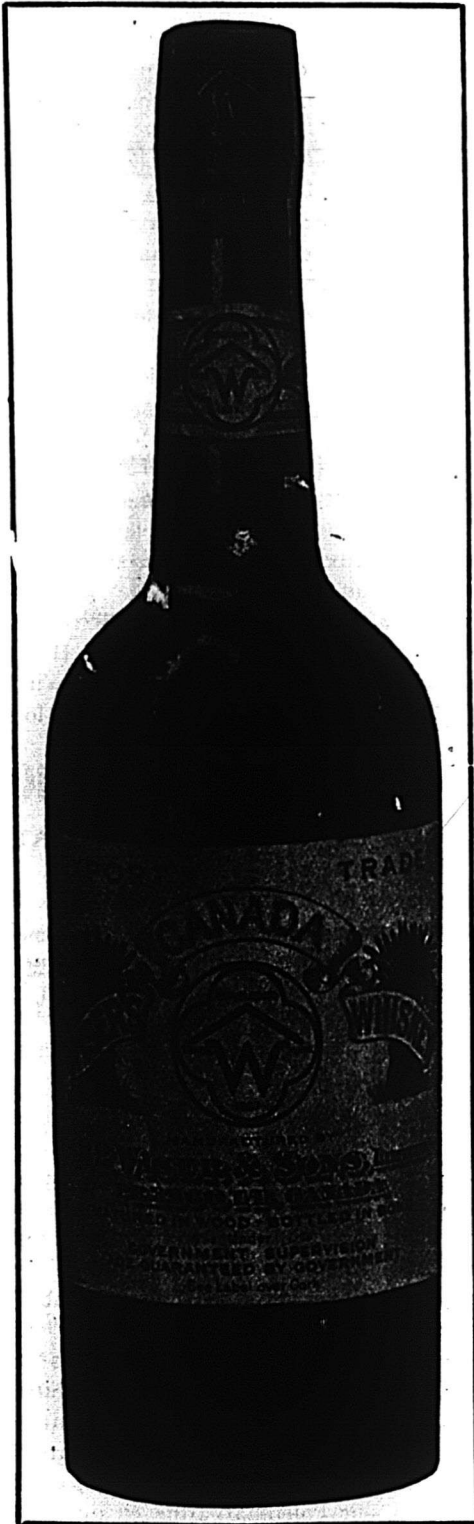
Les alcools en esprit produits durant l'année fiscale se montaient à 6,458,452 gallons, comparés avec 4,784,396 gallons produits l'année précédente. Ceci montre un gain substantiel de 1,674,056 gallons d'alcool pur sur les opérations de l'année fiscale dernière.

Non seulement la production a été plus grande, mais la quantité consommée a aussi beaucoup augmenté. Comparez les chiffres suivants:

Année	Gallons
1913	4,999,937
1912	4,562,382
Augmentation	437,555

Tel que comparé avec 1909, le total de l'année dernière montre une augmentation de consommation de 1,372,671 gallons de spiritueux, ou plus de 37%. La hausse durant les cinq années depuis 1909 a été continue, le taux de l'augmentation étant plus grand chaque année.

La quantité de spiritueux restant en entrepôts à la fin de l'année fiscale était de 20,668,160 gallons, étant pratiquement le même montant qu'à la fin de l'année fiscale précédente.



Cette Marque Célèbre Mise en
Pintes, Chopines, 1/2 Chopines et Flasks "Book"

EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER

C'est la Quintessence même du
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUEE PAR

J. P. WISER & SONS, LIMITED

Prescott Ontario

'NEW-YORK'

"CANADA"

LAWRENCE A. WILSON COMPAGNIE

— Limitée —

La plus importante Maison de Vins et Liqueurs en
gros du Canada.

MAGASINS D'ENTREPÔT :

48 rue St-Jacques.

ENTREPÔTS DE DOUANE :

415 rue Saint-Paul.

VOUTES D'ENTREPÔT :

84 ruelle Fortification.

BUREAUX CHEFS: 87 RUE ST-JACQUES

Téléph. Bell, Main 2424, 1394, 7400, 2757 ;

MONTREAL

S. H. EWING & SONS, IMPORTATEURS et MANUFACTURIERS de **BOUCHONS**

Coupés à la main et à la machine.

Marchands de Capsules pour bouteilles, de
Broches d'embouteilleurs, d'Etain en feuilles,
de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

Succursale de Toronto: 29 rue Front, Ouest. Bureau Principal: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 65
MARCHANDS 522



The Geo. E. Tuckett & Son Co., Limited.
HAMILTON, ONT.

LES EXPORTATIONS DES LIQUEURS CANADIENNES

Le rapport des douanes pour l'année fiscale se terminant le 31 mars 1913, donne des détails sur les exportations des liqueurs fabriquées au Canada.

Les exportations canadiennes de boissons fermentées sont un peu plus fortes que dans les deux années précédentes, le total étant de 2,473 gallons contre 1,583 gallons en 1912 et 1,932 gallons en 1911. Dans tous les cas, la plupart des expéditions sont allées aux Etats-Unis.

Le whisky distillé canadien est le plus grand item dans les exportations, et le total de la quantité montre une grosse augmentation sur l'année précédente. Les chiffres suivants montrent les quantités prises dans les deux dernières années:

Pays:	1913 Gals.	1912 Gals.
Royaume-Uni..	7,955	9,268
Australie et Nouvelle Zélande	3,022	2,929
Honduras Britannique..	1,733	1,650
Antilles Anglaises..	1,340	1,120
Argentine	3,057	2,469
Etats de l'Amérique du Sud..	23,570	13,693
Cuba..	1,629	2,025
Egypte et Soudan	1,469	1,167
France..	2,356	2,509
Allemagne..	2,555	1,782
Hawaï	1,776	1,701
Mexique	6,944	5,377
Philippines	880	1,832
Etats-Unis..	266,690	244,725
Autres pays	4,411	6,187
Totaux..	329,387	298,424

Il y a eu 3,782 gallons de vins canadiens d'exportés durant la dernière année fiscale, sur lesquels 2,085 gallons sont allés aux Antilles Anglaises, 808 gallons aux Etats-Unis et 481 gallons en Angleterre. Le reste a été exporté à la Guyane Anglaise, Terre-Neuve et Nouvelle Zélande.

Les exportations de cidre canadien montrent une diminution sur l'année précédente. Les totaux comparés sont: 1913, 187,210 gallons; 1912, 206,792 gallons. Comme c'est toujours le cas, l'Angleterre a presque tout reçu l'exportation du cidre, soit: 185,828 gallons.

LE COMMERCE ILLICITE DES LIQUEURS DANS L'ONTARIO

Durant l'année fiscale se terminant le 31 octobre 1913, le trafic illicite des liqueurs dans le Nord-Ontario a atteint de considérables dimensions.

En vertu de la Loi des Licences il y a eu 235 poursuites et 179 condamnations. Il y a eu 33 personnes acquittées et 17 attendent jugement. Les amendes provenant de cette source se montent à \$18,940, une diminution de \$4,768.

Les saisies se montaient à 730 bouteilles de whisky, 160 gallons de whisky en fût, 2 barils de vin et 13 gallons de vin en cruche, 50 gallons d'alcool en esprit, 186 bouteilles de gin, 2,188 bouteilles de bière et 91 barils de bière.

Ces chiffres sont considérablement moindres que ceux montrés dans les rapports des années précédentes, mais ils montrent tout de même qu'il y a toujours un assez gros volume de trafic illicite de liqueurs qui se fait dans la partie Nord de l'Ontario.

PLUS LE PAYS EST PROHIBITIF, PLUS ON Y VEND DES LIQUEURS

C'est un problème assez dur à expliquer pour les avocats de l'abstention totale que ce fait que là où la prohibition est complète on y vend en proportion plus de boissons alcooliques qu'ailleurs. On ne peut mettre cette augmentation de consommation de liqueurs sur le compte de l'augmentation de la population dans les endroits où il y a des licences. La superficie où il y a des licences a été grandement diminuée dans ces dernières années.

Pourtant les chiffres du Revenu de l'Intérieur montrent un excédent de recettes de \$8,000,000 aux Etats-Unis sur l'année précédente. Quelques Etats de la République voisine ont la loi de la prohibition totale, mais il y a trente ou quarante autres qui n'ont que quelques comtés avec des licences. Aux Etats-Unis il y a eu un excédent de recettes de \$3,000,000 sur la bière de plus que l'année précédente. Il y a eu pourtant une grande diminution dans le nombre de licences. Il n'y a aucun doute que de grandes quantités de bière et de spiritueux sont consommées dans les contrées où règne la prohibition absolue.

Les amis de la tempérance devraient réfléchir en regardant ces chiffres du revenu de l'intérieur. Il est bien possible qu'ils soient sur la mauvaise voie lorsqu'ils essayent de guérir la soif des boissons en passant des lois prohibant tout usage de liqueurs.

L'ALCOOL ET LE TABAC AUX ETATS-UNIS

D'après la dernière statistique fiscale, aux Etats-Unis, il a été absorbé en 1913: 143 millions de gallons de whisky et d'eau de vie; soit 7 millions et demi de plus que l'an dernier; 7,300,000 de plus que pendant l'année 1907, où la consommation avait été la plus forte.

64 millions et demi de barils de bière, soit un million de barils de plus qu'en 1911.

Il a été fumé: 7,707 millions de cigares et 4 milliards de cigarettes, soit 217 millions de cigares et 2 milliards 790 millions de cigarettes en excédant sur l'année de la plus grande consommation. Les fumeurs de pipe ont consommé 403 millions de livres de tabac, en augmentation de 9 millions 400,000 livres sur l'an dernier.

Enfin on a chiqué 33,200,000 livres de tabac, soit 3 millions de livres de plus que l'année passée.

Malgré ces records, les statistiques des contributions intérieures montrent que le nombre des débits de boissons a diminué de 18,000 pendant l'année qui vient de s'écouler. Il n'y a plus que 450,000 détaillants aux Etats-Unis.

Le produit de l'impôt sur les boissons, sur le tabac, sur les corporations, sur l'oléomargarine et autres articles, frappés par le gouvernement fédéral, a été de 344,426,884 dollars. Ce chiffre est également un record, en augmentation de 21,900,000 dollars sur 1911, qui détenait alors la palme.

UN VIEUX VIN

Dans la ville de Grossnia (Allemagne), on a trouvé, en démolissant une auberge construite en 1868, quelques bouteilles de vin, de forme carrée, closes de bouchons de liège revêtus d'une capsule de plomb, dont quatre portaient la date de 1687. L'une des bouteilles fut ouverte. Le contenu en était brunâtre, mais d'une saveur délicieuse. Trois ont été conservées intactes et offertes par le propriétaire du terrain au musée de Naumbourg.

— — — **VENDEZ LE** — — —

GIN de BURNETT

“LE LONDON DRY ORIGINAL,”
ABSOLUMENT LE PLUS FIN !

M. DOUGLAS Co, Seuls Agents au Canada, MONTRÉAL.

JOSEPH E. SEAGRAM, •• DISTILLATEUR DE ••
Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA

“Old Times,” “White Wheat,” “No 83 Rye,” “Star Rye”.

MEAGHER BROS. & CO., Limited, Agents, Montréal.

UNE REFORME QUI S'IMPOSE

Il y a un crédit qui détruit la commerce, et c'est celui que le détaillant, le marchand est obligé de consentir à ses clients: crédit qui n'a pratiquement pas de terme; crédit qui s'impose dans tous les genres de commerce.

Le commerçant a toutes les peines du monde à obtenir trente ou soixante jours. Le plus souvent, même pour ces paiements qui équivalent aujourd'hui au comptant, on lui refuse l'escompte. Il vit dans la crainte constante de ne pouvoir faire face à ses échéances, car il sait que ses fournisseurs ne l'épargneront pas, s'il n'est pas en mesure.

Et encore, comment vend-il la marchandise qu'il a achetée à des conditions si dures? Pour les neuf-dixièmes à crédit et il devra attendre trois mois, six mois, un an peut-être qu'on le paie. Plus sa clientèle est grande, plus il est obligé de patienter. En fait, le petit et le moyen commerçant semblent n'exister que pour permettre à quantité de gens de vivre sans se priver de rien, tout en payant le plus tard possible. On sait qu'une infinité de gens, qui posent au ch'c. trouvent très élégant de ne régler leurs comptes qu'au mois de janvier. Et c'est le petit commerçant qui supporte les frais de ces habitudes injustes et nuisibles.

Il est à remarquer que les mêmes gens qui abusent ainsi de lui fréquentent les grands magasins aux jours de ces prétendues “ventes” à “prix réduits”, et y versent comptant des sommes qui faciliteraient grandement les affaires et la vie à leurs fournisseurs moins importants. On se demande s'il existe un remède à cette situation dont les effets désastreux sont plus sensibles aujourd'hui que jamais.

Nous n'en connaissons pas d'autre d'ordre général et

public que l'éducation de l'acheteur. Mais les résultats ne peuvent être qu'instables et fort longs à venir.

Cependant, il est au pouvoir de chaque commerçant de limiter et de régulariser son crédit. Pourquoi, en effet, toutes choses égales, le petit commerçant ne fixerait-il pas un terme à son crédit, tout en se montrant aussi large que possible? L'important, pour la bonne marche d'une maison d'affaires et pour sa solidité, c'est que ses opérations soient claires, régulières, à échéances aussi invariables que faire se peut.

On reconnaît que si le paiement au comptant n'est pas de règle générale, c'est parce que la division, la rivalité jalouse et l'égoïsme ont, jusqu'à ce jour, empêché l'entente parmi les intéressés. A plus forte raison, serait-il possible, sans ces obstacles, d'imposer une limite au crédit qui tue?

A LA COMMISSION DES LICENCES

Les commissaires des licences ont siégé la semaine dernière pendant une courte séance et ont accordé les transports suivants: J. A. Girouard, 402 Ste-Catherine Est, à Aimé Bergeron; L. Lanthier, 1972 St-Jacques, à Nestas Fagnant; J. A. Beauvilliers, 283 St-Laurent, à Joseph Pilon; U. Archambault, 536 Rachel Est, à Narcisse Beaudry.

La demande de M. A. Bauchord de transporter sa licence au Café des Nouveautés a été prise en délibéré par les commissaires. M. Bouehard, qui est avantageusement connu, voudrait changer sa licence de restaurant en un permis pour hôtel. Les commissaires, avant d'accorder ce permis, iront visiter l'immeuble.

ASSEMBLEE DE LA NATIONAL BREWERIES

A l'assemblée annuelle de la National Breweries, Ltd., les directeurs suivants ont été élus: MM. Andrew J. Dawes, Percy Boswell, G. R. Hooper, G. E. Amyot, N. J. Dawes, H. A. Ekers, D. Robertson, W. O. Ryde, Charles Strangman, T. Cushing, C. E. A. Boswell, A. J. Grubert, Gordon Cushing et L. A. Ekers, tandis que les officiers élus de la Compagnie sont les suivants: A. J. Dawes, président; Percy Boswell, vice-président; George R. Hooper, vice-président; N. J. Dawes, directeur-gérant; J. D. Hudson, contrôleur et secrétaire-trésorier.

PRECEPTES POUR LE COMMERCE DE DETAIL

Ne vendez que du bon, votre réputation sera bonne et vos affaires iront en augmentant.

Lutter contre un concurrent par des moyens déloyaux, est pis que malhonnête, c'est maladroit.

Tromper le client sur la valeur réelle de l'article, c'est voler et c'est travailler contre soi-même.

Trop de "ventes exceptionnelles", de "rabais", finit par ébranler la confiance du public, et, dès lors, c'est la débâcle qui s'annonce.

Une chose bien achetée est à moitié vendue. Il reste de savoir la vendre.

Toute affaire propre à vous discréditer vous-même ou votre manière d'agir, laissez-la de côté.

CEUX QUI DISENT LA VERITE

Un nouveau jour a été jeté sur ceux qui s'adonnent aux boissons alcooliques. M. Edwin P. Mulready, Chef Inspecteur des Moeurs des Etats-Unis et délégué par le président Wilson au Congrès International de l'Alcoolisme qui a été tenu récemment en Italie, dans son rapport du 8 novembre dernier au Parlement à Boston, disait que presque tous les ivrognes ou du moins la plus grande majorité de ceux-ci disent la vérité. Il dit de plus que sur 86,000 cas d'ivrognerie que la police avait arrêtés, on avait trouvé que 73,000 avaient dit l'exacte vérité. Le juge Murray, de la Cour de Boston, dit que la moyenne des ivrognes arrêtés étaient meilleurs que les gens sobres arrêtés. Personne n'admettra un seul instant que l'habitude des boissons alcooliques doit être adoptée comme cure du mensonge, mais le rapport de M. Mulready est notable en vue du fait qu'il contredit fortement le dicton que l'alcool fait mentir. Le parjure et le faux témoignage sont des vices qui ne sont pas inconnus même des gens qui remercient Dieu de ne pas être comme les autres.

Quatre licences d'hôtel et une de magasin ont été supprimées par le Conseil de Lachine. La réduction a été faite pour remplir les promesses données au peuple par les échevins élus sur le "bill de réforme", et, à partir du mois de mai, Lachine n'aura que quatre licences d'hôtel et une de magasin. Le Dr Beaudoin, président de la Ligue du Sacré-Coeur, qui a combattu contre un grand nombre de licences dans cette ville, a adressé ses félicitations au Conseil pour ce bon travail. Les hôtels supprimés sont: Dominion, New Windsor, Clément, sur la rue St-Joseph, et Beauregard, sur Riverside. Celle de magasin est celle de A. Gagné, 163 rue St-Joseph.

A MEDITER CE DIALOGUE

—Il y a longtemps que vous êtes dans la maison?

—Oui, pas mal.

—Quelle est votre position?

—Je suis employé.

—Mais, quel est votre titre officiel?

—Je n'ai aucun titre officiel, quand le patron a besoin de faire quelque chose, il le dit au caissier; le caissier le dit au comptable, le comptable le dit à l'aide-comptable, l'aide-comptable le dit au premier commis et le premier commis me le dit.

—Et alors?

—Alors, comme je n'ai personne à qui le dire, je le fais.

NOUVELLES CHARTES.

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

"The J. J. Cusack Company, Limited." Pour faire le commerce en gros et en détail de marchands de nouveautés. Capital-actions, \$100,000, à Montréal.

"Brysons, Limiter." Pour fabriquer et commercer de toutes sortes de produits pharmaceutiques. Capital-actions, \$150,000, à Montréal.

"The Canadian Taylor Engineering and Manufacturing Company, Limited." Pour manufacturer et commercer de toutes sortes d'instruments et machines, comme agents et marchands à commission, courtiers, etc. Capital-actions \$50,000, à Montréal.

"J. A. Major, Limited". Pour entreprendre et commercer de toutes sortes de travaux publics et privés. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.

"Kelvinside Land Company, Limited." Pour faire le commerce des immeubles et terrains en général. Capital-actions \$48,000, à Québec.

"South Shore Abattoirs, Limited." Pour faire le commerce de marchands de provisions et de conserves en général. Capital-actions \$50,000, à Longueuil.

"George Bain & Co., Limited." Pour faire le commerce et manufacturer toutes sortes de marchandises et articles en général. Capital-actions \$50,000, à Montréal.

"Wearwell Paint & Varnish Company, Limited." Pour fabriquer et commercer de toutes sortes de peintures, vernis et produits similaires. Capital-actions \$25,000, à Saint-Lambert.

"Hudson Investment Company, Limited." Pour faire le commerce général des immeubles dans toutes ses branches. Capital-actions \$50,000, à Montréal.

"Inns of Court, Limited." Pour faire le commerce général des immeubles dans toutes ses branches. Capital-actions \$100,000, à Montréal.

"L'Aqueduc de Saint-Cuthbert, Limitée." Pour construire et exploiter un aqueduc. Capital-actions \$40,000, au village de Saint-Cuthbert.

"Shea Sales Company, Limited." Pour faire le commerce général de toutes sortes de machines, enseignes, outils, etc. Capital-actions \$50,000, à Montréal.

"Beaver Heights, Limited." Pour faire le commerce général des immeubles dans toutes ses branches. Capital-actions \$50,000, à Montréal.

NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

AGENCES CONTROLEES PAR LA- PORTE, MARTIN, Ltée, Montréal.

Absinthe	C/S	
Juls Pernod, c/s 12 bout. litre	11.50	
Apéritif et Tonique	C/S	
"Bacchus" c/s 12 bout. litre	8.00	
Banyuls Bartissol, 12 qts.	7.50	
Bourgogne, Morin, Père & Fils	C/S qrts pts	
Macon	5.50	6.50
Chablis	6.50	7.50
Pommard	7.00	8.00
Beaune	6.50	7.50
Nuits	9.00	10.00
Oeil de Perdrix	13.50	14.50
Champagne	c/s qts.	c/s pts. c/s splits
PIPER-HUDDINCK		
Sec	30.00	32.00 34.00
Très Sec	32.00	34.00 36.00
Brut	30.00	32.00 34.00
Moins 10 p. c. comptant.	3 p. c.	30 jours.
	qt.	pt. sp.

Cardinal,			
Caisse 12s	\$12.50	24s \$13.50	48s \$14.50
Paniers 6s	6.50		
" 12s	12.50		
" 6s		3.75	
" 12s		7.00	
" 24s		13.50	
" 12s			4.00

Duc de Lagrange			
Caisse 12s,	9.00	24s 10.00	48s 11.00

Clarets	12 Btls	24 1/2 Btls
Vernot & Cie St-Julien	2.75	3.25
V. Pradel & Cie, Medoc	3.25	3.00
Latreille & Cie, St-Julien	2.50	3.00
Fleury & Fils Medoc	2.25	2.75
A. Delor & Cie	c/s	c/s
Medoc	4.00	5.00
St-Julien	4.50	5.50
St-Estèphe	5.00	6.00
Château des Jacobins	5.50	6.50
Paulliac	5.50	6.50
St-Emilion	6.00	7.00
Château Pontet Canet	6.00	7.00
Château Pape Clément	10.00	11.00

	Barique 1/2 Barrique
Palus	0.90 Gall. 0.95 Gall.
Tivoli	0.85 " 0.90 "

A. Delor & Cie,	
Cognacs	c/s Qts.
Ph. Richard S O 40 ans	25.00
Flute 20 ans	16.00
Flute 10 ans, qrts 12s	11.00
Medicinal	14.50
V. S. O. P.	12.25
Spécial Réserve	11.00
V. S. O.	10.50
V. O.	9.00
J. M. Boutin & Cie Alligator brd	8.00
Chs Couturier XXX	7.50
F. Marion XXX	6.00
Parville & Cie XXX	5.00
Valin & Frère XXX	4.50

Toutes ces marques de Cognacs	
En caisse de 24 1/2 Bout.	[\$1.00 de plus
En caisse de 24 Flasks	[par caisse
En caisse de 48 1/4 Bout.	[\$2.00 de plus
En caisse de 48 1/2 Flasks	[par caisse
Cognac en Futs	Gal.

Ph. Richard	3.50 @ 6.50
Ch. Couturier	3.75 " 4.00
F. Marion	3.50 " 3.75
Parville & Cie	2.25 " 2.50

Eaux du Bassin de Vichy	c/s
Amirable c/s 50 bout.	Qrts 5.00
Neptune " 50 "	" 6.00
Sans Rivale	" 7.00

Limonades du Bassin de Vichy	c/s 50	c/s 50
La Sauvoureuse	8.00	5.50

Ginger Ale Importé	pt	spt.
Marque "Trayder" cork	1.00	0.85
	Doz.	Brl.
	0.90	0.75

Lager de Milwaukee	Doz.	Brl.
Miller High Life Pts Brl	10 doz.	12.50
Miller Extrait Malt Pts Brl	8 doz.	2.00 15.60

Porter Anglais	Qrts	Pts	Splits
W. E. Johnson & Co	2.40	1.50	1.00 Par doz.
Bière Anglaise	Qrts	Pts	Splits
W. E. Johnson & Co	2.40	1.50	1.00 Par doz.

Scotch Whisky	
Mitchell Bros.	
Finest Old Scotch Qrts 12s	12.50
White Star Qrts 12s	10.50
Ex. Sp. Liqueur, Qrts 12s	9.50
Special Reserve Dew Qrts 12s	9.00
Grey Beard Stone Jars 6 au gall.	10.00
Grey Beard Stone Jars 4 au gall.	13.00
Heather Dew Qrts 12s	8.00
Mullmore Qrts 12s	6.50
Robert Dale Qrts 12s	5.00
Scotland's Pride Qrts 12s	4.50
Scotch en Futs	Gall.
Mitchell	3.50 5.00

Irish Whisky	
Mitchell & Co., Ltd.	
Cruiskeen Lawn, Ord. Qrts	8.50
Cruiskeen Lawn, Imp. Qrts	12.50
Cruiskeen Lawn, 4s au gall.	13.00
Old Irish, Ord. Qrts	6.00
Old Irish, Imp. Qrts	10.00

Rhums	c/s 12	c/s 24	c/s 48 1/2
J. W. Turner	7.00	8.00	9.00
Mendoza & Cie	5.00	6.00	
Norton & King	4.50	32 Falsks	5.75

Sauternes A. Delor & Cie.	c/s 12	c/s 24
Graves	4.00	5.00
Sauterne	4.50	5.50
Barsac	6.00	7.00
Haut Sauterne	8.00	9.00
Château Iquem 1895	21.00	

Petite Grave 1/2 Barrique	1.10
Sauterne 1/2 Barrique	1.20
Vins Sherry	Pts. Qrts.
Diez Hermanos	
Consacrar Pontifical Qrts	15.00
Favorito Qrts	12.00 11.00
Amontillado Qrts	9.50
Consacrar Pureza Qrts	8.50
Olorozo Qrts	8.00
Vino Para Consacrar Qrts	7.00
Solariego 1807 Qrts	25.00
En futs	1.20 à 6.00 par gall.

Vin de Port	
Rheal Campanhia Vinicola	c/s
Minerva	8.00
Braganza	10.00
King Emmanuel	10.00
Doctor's Special	11.50
Garcia Hijos	8.50
Manuel Tosta	6.50

Ventura & Cie	4.50
Verdi & Cie	3.50
En futs, \$2.25 à \$6.00 le gall.	
Vermouth.	
Cazalis & Pratt (Français)	Qrts 5.75
Royal Torino (Italien)	Qrts 5.50

ABSINTHE La cse

Gunpp. Pernod (14)	13.50
--------------------	-------

AMERS

Levert & Shudel Orange (14)	9.00
-----------------------------	------

BIERES

Robert Porter & Co., London, Eng. (14)	
--	--

BOURGOGNES BLANCS

F. Chauvenet (15)	
Montrachet (mar. Guiche)	20.00 10.00
Chablis Supérieur	7.25 8.25
Dufouleur Père & Fils, Nuits, St-Georges, France (14)	
"Chablis," p. cs., 12 qts	9.00
"Meursault," p. cs., 12 qts.	14.50
"Clos Vougeot," p. cs., 12 qts.	21.00

BOURGOGNES ROJGES

F. Chauvenet (15)	
Clos-de-Vougeot	25.50 26.50
Chambertin	18.50 19.50
Romanée	18.50 19.50
Corton (Clos-du-Roi)	15.50 16.50
Nuits	13.00 14.00
Volnay	12.50 13.50
Pommard	11.50 12.50
Beaune	10.00 11.50

Moulin-à-Vent, Mâcon vieux Supérieur	0.00 10.00
Beaujolais	7.00 8.00
Mâcon (Choix)	6.50 7.50

Dufouleur Père & Fils, Nuits, St-Georges, France (14)	
"Macon," p. cs., 12 qts.	7.50
"Beaujolais," p. cs., 12 qts.	8.00
"Moulin à Vent," p. cs., 12 qts.	8.50
"Beaune," p. cs., 12 qts.	9.50
"Nuits," p. cs., 12 qts.	11.00
"Volnay," p. cs., 12 qts.	11.50
"Pommard," p. cs., 12 qts.	12.00
"Corton," p. cs., 12 qts.	14.50
"Chambertin," p. cs., 12 qts.	16.50
"Clos Vougeot," p. cs., 12 qts.	21.00

F. Chauvenet-Sparkling	
Red Cap	22.00 24.00
Pink Cap	22.00 24.00
White Cap	22.00 24.00

CHAMPAGNES

Deutz & Gelderman (14) Bout. 1/2 Bout.	
Extra sec, Vintage 1904.	33.00 35.00
Brut, Vintage 1904.	33.00 35.00
Gratien & Meyer (14) Bt. 1/2 Bt.	
Caisnes ou paniers	12.00 14.00
G. Rosset & Cie (14)	
Extra sec, Vintage 1904.	18.00 20.00

CLARETS

Bordeaux Claret Co. (14)	
Côtes	3.50 4.50
Bon Paysan	3.60 4.60
Bon Bourgeois	4.00 5.00
St-Julien	4.50 5.50
Château Brûlé	5.00 6.00
St-Estèphe	7.00 8.00
Pontet Canet	9.00 10.00

COCKTAILS

Cook & Bernheimer Co. (14) La cse	
Manhattan, Martini, Tom Gin, Vermouth, Gin, Whiskey, American	0 50

COGNACS

Boutelleau Fils & Cie, Cognac, France (14)
 "Colombe au Rameau d'Or," p. cs., 12 qts. 9.50
 "Colombe au Rameau d'Or," p. cs., 24 demi bouteilles 10.00
 "Colombe au Rameau d'Or," p. cs., 32 fls 10.50
 "Doctor's Special," p. cs., 12 bouteilles 12.00
 "V.O. 1875," p. cs., 12 bouteilles. 13.50
 "V.S.O.P.," 1858, p. cs., 12 bouteilles 18.00
 "V.V.S.O.P.," 1820, p. cs., 12 bouteilles 30.00
Jos. Bremon & Cie, Cognac, France (14)
 Par caisse de 12 pintes 6.50
 Par caisse de 24 flasks 7.50
 Par caisse de 48 demi flasks 8.50
M. Carlat & Cie, Cognac, France (14)
 "Trois Etoiles," p. cs., 12 bout. 8.00
 "Trois Etoiles," p. cs., 24 demi bouteilles 9.00
Cognac City Distillers' Association, Cognac, France (14)
 "Trois Etoiles," vieux brandy, p. cs., 12 bouteilles 9.50
 "Trois Etoiles," vieux brandy, p. cs., 24 demi bouteilles 10.00
 "Trois Etoiles," vieux brandy, p. cs., 32 flasks 10.50
 "Cachet d'Or," p. cs., 12 longues bouteilles 11.00
 "Doctor's Friend," p. cs., 12 bouteilles 10.50
 "V.O.," vieux brandy fin, p. cs., 12 bouteilles 12.00
 "V.S.O.P.," vieux brandy, fin, p. cs., 12 bouteilles 15.00
 "X.X.O.," vendange 1875. (long cou), p. cs., 12 bouteilles 24.00
 "Special Reserve," vieux de 50 ans, p. cs., 2 bouteilles 36.00
Jimenez & Lamothe (14)
 *** Bout. 11.00
 1865 Liqueur Bout. 18.00
 En fûts 4.50 à 4.75
GINS
Greenlees & Co., London, Eng. (14)
 "London Dry," p. cs., 12 bout. 7.50
 "Old Tom," p. cs., 12 bouteilles. 7.50
 "Old Tom" and "London Dry," le gallon, en baril, depuis 2.50
Burnett (15)
 London Dry 7.50
 Old Tom 7.50
Blankenhewm & Nolet's Distillerderij, Rotterdam, Hollande (14)
 "Key Brand," caisses rouges, 15 grandes bouteilles 11.50
 "Key Brand," caisses vertes, 12 bouteilles moyennes 5.50
 "Key Brand," caisses violettes, 24 petites bouteilles 6.00
 "Old Geneva Afrikander," 24 ½ jars en pierre 13.00
 "Old Geneva Afrikander," 12 jars en pierre 12.00
LIQUEURS FRANÇAISES
Levert & Schudel, "Real Dutch" (14)
 Anisette, p. cs., 12 bouteilles 13.50
 Apricot Brandy, p. cs., 12 bout. 15.00
 Peach Brandy, p. cs., 12 bout. 15.00
 Crème de Menthe, blanche ou

verte, 12 grandes carafes rondes 16.50
 Crème de Menthe, blanche ou verte, 12 grandes carafes carrées 16.50
 Crème de Menthe, blanche ou verte, 12 bouteilles pyramides. 13.50
 Crème de Cassis, p. cs., 12 bout. 13.50
 Crème de Cacao, p. cs., 12 bout. 13.50
 Curacao, blanc, orange ou topaz, par 12 cruches 13.50
 Kummel, Dutch ou Russe, 12 cruches 13.50
 Kirschwasser, par 12 bouteilles. 13.50
 Maraschino, par 12 bouteilles 13.50
H. Juewahn (14)
 Cherry Brandy 12.00
C. Ireland (14)
 La petite Chariteuse 18.00 19.00
Lawrence A. Wilson Co., Montréal (14)
 Wilson's Blackberry Brandy, p. caisse 10.50
 "Royal Crown," vieux Blackberry Brandy Anglais, p. cs. 9.00
 "Hungarian" blackberry brandy, p. cs. 9.00
MOSELLE
H. Sichel Söhne (14)
Moselle Mousseux
 Muscatel ou Extra Dry 17.50 19.00
OLD TOM & DRY GINS
Greenless & Co. (14)
 Old Tom 7.50
 Sloe 8.50
 London Dry 6.50
 Au gallon 2.50 à 3.00
OPORTO
J. W. Burmester, Oporto, Portugal (14)
 "Royal Port," p. cs., 12 bout. 6.00
 "Cruzado," p. cs., 12 bouteilles. 8.00
 "Newfoundland Style," p. cs., 12 bouteilles 11.00
 "Rich Douro," p. cs., 12 bout. 12.00
 "Toreador," p. cs., 12 bouteilles. 13.00
 "Old Crusted," p. cs., 12 bout. 14.00
 "Blue Label Royal," p. cs., 12 bouteilles 18.00
 White port, "Trois Couronnes," p. cs., 12 bouteilles 12.50
 White port, "Perles d'Or," p. cs., 12 bouteilles 9.50
 Au gall.
 1 Grappe 2.00 à 2.25
 Diamant T. 2.50 à 2.60
 2 grappes 2.75 à 2.85
 3 grappes 3.00 à 3.10
 4 grappes 3.60 à 3.75
 4 Diamants 3.35 à 3.50
 3 couronnes 4.60 à 4.75
Gonzalez Byass (14) Au gall.
 T. Port Wine 2.50
 Tawny 3.00 à 3.25
 Ruby Dry 4.00 à 4.25
PORTER ANGLAIS
Guinness' (14) Pt. Chop.
 Bull Dog Brand 2.50 1.60
 Bull Dog Brand Nirs. 1.15
(14)
 Emb. de E. & J. Burke. 2.60 1.65
SAUMUR MOUSSEUX
 Bt. ½ Bt. ½ Bt.
Ackerman-Laurance (15) Bt. ½ Bt.
 "Dry-Royal" 15.75 16.75

4 Bout. paniers 1 doz.; paquets de 4 paniers 18.00
SAUTERNES
Union Générale Vinicole des Charentes et de la Gironde (14)
 "Graves", p. cs., 12 bout. 6.00
 "Sauternes", p. cs., 12 bout. 7.00
 "Barsac", p. cs., 12 bout. 8.00
 "Haut Sauternes," p. cs., 12 bout. 10.00
 "Château Yquem," p. cs., 12 bout. 25.00
SHERRIES
Gonzalez, Byass & Cie, Jerez de la Frontera, Espagne (14)
 "Royal," p. cs., 12 bouteilles 6.00
 "Favorita," p. cs., 12 bouteilles. 8.00
 "Club," p. cs., 12 bouteilles 10.00
 "Cristina," p. cs., 12 bouteilles 11.00
 "Fino," p. cs., 12 bouteilles 11.50
 "Amontillado," p. cs., 12 bout. 12.00
 "Idolo," p. cs., 12 bouteilles 12.50
 "Oloroso," p. cs., 12 bouteilles. 13.00
 "Victorioso," p. cs., 12 bouteilles 14.00
 "Jubilee," p. cs., 12 bouteilles 15.00
 "Old East India," p. cs., 12 bout. 18.00
 "Monarca," p. cs., 12 bouteilles. 18.00
 Au gall.
 Pendon 2.00
 Claro 2.50
 Giralda 3.00
 Old Brown 3.25
 Fino 3.75
 Amontillado 4.00
 Vino de Pasto 4.00
 Oloroso 4.25
 Las Torres 4.50
 Victorioso 5.50
 Jubilee 6.00
VINS DE MARSALA
Florio & Sicily Gall. Caisse 12 bout.
 Marsala Superior 1.35
 Marsala Virgin 2.25 5.50
 Marsala S. O. M. 2.50 6.00
TARRAGONNES
Carey, Hermanos & Co.
 Vin de messe 1.25 à 2.00
VINS DU RHIN
H. Sichel Sohne, Mayence, Allemagne (14)
 "Laubenheimer" 7.00 8.00
 "Niersteiner" 9.00 10.00
 "Hocheimer" 10.50 11.50
 "Rudesheimer" 13.00 14.00
 "Liebfraumilch" 16.00 17.00
 "Rauenthaler" 20.00 21.00
 "Schloss Johannesberg," p. cs., 12 pintes 30.00
 "Steinwein," p. cs., 12 pintes 12.00
 "Sarkling Hock," p. cs., 12 pintes 20.00
 "Zeltinger," p. cs., 12 pintes 7.00
 "Brauneberger," p. cs., 12 pintes 10.00
 "Piesporter," p. cs., 12 pintes 10.50
 "Mosenblumchen," p. cs., 12 pts. 12.50
 "Berncastler," étiquette bleue 15.00
 "Piesporter Goldtropfchen," p. cs., 12 pintes 18.00
 "Erdner Treppchen," p. cs., 12 pintes 24.00
 "Berncastler Doctor," original, p. cs. 30.00
 (A suivre à la page 72)

Clef à la liste précédente.

Pour trouver l'agent des marchandises cotées plus haut, voyez le numéro après le nom de la marchandise et comparez avec le numéro dans la liste suivante :

- 8 Hiram, Walker & Sons.
- 15. J. M. Douglas & Co.
- 16. Jos. E. Seagram,

Les meilleures valeurs
à votre pouvoir d'achat
à vos clients sont.

Qualité

ROYAL

Qualité
à votre pouvoir d'achat
à vos clients sont.
Les meilleures valeurs
à votre pouvoir d'achat
à vos clients sont.
Qualité
à votre pouvoir d'achat
à vos clients sont.

Offrez-les à vos clients

Trouvés chez tous les marchands en gros

ROYAL - 100, RUE DE LA PAIX - 75002 PARIS

Cigares et Tabacs

LES MARCHANDS SONT EN FAVEUR DE L'USAGE DE LA CIGARETTE

M. Broder essaie de plaire aux dames

La proposition de M. Andrew Broder, de Dundas, pour délivrer le Canada une fois pour toutes du danger des cigarettes, qui a été lue devant le Parlement, le mois dernier, est une idée que tous les marchands de tabac du Canada en général considèrent comme l'idée la plus folle qui ait jamais été émise.

Depuis des centaines d'années que l'habitude de fumer est en vogue et que tout le monde s'y est accoutumé, la petite cigarette est bien ce qu'il y a de plus populaire dans le public et que personne n'admettra que l'on supprime par un arrêt injustifié de quelques-uns.

Sur une demi-douzaine de marchands interviewés en l'espace de deux heures, pas un seul n'a cru que ce bill pourrait passer. Car ils disaient qu'il y en avait même parmi les membres du Parlement qui étaient des fumeurs de cigarettes.

Simplement pour plaire aux dames

Les vendeurs de cigarettes et de tabac à cigarettes croient que M. Broder exprime simplement l'idée de quelques femmes du pays. Ils croient qu'il veut se faire de la popularité dans le sexe faible au détriment du sexe fort.

Le commerce de la cigarette va toujours croissant. Il y a peu de temps à peine quelques hommes fumaient la cigarette, actuellement, la moitié des hommes dans la rue ont la cigarette à la bouche, depuis l'ouvrier jusqu'à l'homme riche. Cela paraît plus propre et plus élégant que la pipe ou le cigare qui font cracher à tort et à travers.

En vérité, les marchands de tabac locaux voient d'un bon oeil la proposition de M. Broder, car ils croient plutôt que cela donnera une grosse poussée pour la vente de la cigarette. Le proverbe sera toujours vrai: "Défendez de faire une chose et on la fera immédiatement".

Les marchands croient qu'on ne peut pas légiférer sur cette question. Ils croient que c'est l'éducation qu'il faut à la maison, commençant lorsque le garçon est enfant. Lorsque la loi actuelle sur la vente des cigarettes aux mineurs n'est pas mise en vigueur, les marchands ne voient pas comment celle qui est proposée puisse arrêter les hommes de fumer.

"C'est plutôt un projet fou et je ne crois pas qu'il réussira", dit un marchand lorsqu'on lui demanda son opinion.

Un autre dit: "Il y a beaucoup d'hommes qui aiment fumer, mais qui sont dans une position où ils ne peuvent fumer un cigare ou une pipe parce qu'ils n'ont que très peu d'instants pour cela, tandis qu'une cigarette se fume en quelques minutes et cela les satisfait".

Cela ne fait de mal à personne, à moins qu'on en abuse, comme cela est nuisible d'abuser de nombreuses autres choses que l'on pourrait citer. Le règlement imposé actuellement

aux marchands de tabac défend la vente aux jeunes garçons. L'homme apprécie cette résolution.

Un des plus nouveaux marchands de tabac de la rue Ste-Catherine à Montréal, parlant à propos de la croissance de l'usage et de l'augmentation du commerce de la cigarette, dit:

"Les anciens lâchent maintenant leurs pipes et le commerce de la cigarette augmente par sauts et par bonds. La cigarette Turque devient très populaire et il s'en vend deux fois autant que celles de Virginie."

"Pourquoi ne pas arrêter complètement la vente du tabac au Canada", demandait un marchand de gros. "Nous ne voulons pas que les jeunes garçons fument, mais la loi n'est pas mise en vigueur".

LES FUMEURS SIGNENT UNE PETITION POUR AVOIR DES TRAMWAYS SPECIAUX

Les fumeurs qui ont l'habitude d'acheter leur tabac dans les magasins du bas de la ville ont été récemment heureusement surpris qu'on leur demandât de signer une pétition pour avoir des tramways spéciaux pour les fumeurs, laquelle pétition ils auraient voulu signer plutôt deux fois qu'une. Cette pétition se lit comme suit:

"Nous, soussignés, citoyens et contribuables de la ville de Montréal, désirons attirer l'attention du Conseil de Ville sur le règlement passé le 23 juin 1913, prohibant aux passagers de fumer dans les tramways, à l'exception des quatre bancs de l'arrière dans les tramways ouverts de la saison d'été. Nous, les soussignés, savons que dans les plus grandes villes d'Europe, des mesures spéciales ont été prises pour l'accommodation des passagers, en leur donnant soit des tramways spéciaux ou accouplés. Donc, respectueusement, nous demandons au Conseil de Ville de reconsidérer cette résolution qui a été passée le 23 juin dernier et de demander à la Compagnie des Tramways de Montréal de mettre sur ses lignes des tramways spéciaux ou accouplés, ou de prendre tous autres moyens de permettre aux passagers de fumer.

"Nous ne voulons pas que la Compagnie des Tramways restaure l'ancien système de fumer sur la plateforme-arrière", dit A. Michaels, un vétéran du commerce du tabac et vice-président de la Montreal Tobacco and Cigar Retailers' Association qui soutient le mouvement.

"Nous admettons tous que l'habitude de fumer sur la plateforme arrière est d'une nuisance publique, mais en même temps nous croyons que quelque chose doit être fait pour les fumeurs. Il y a beaucoup d'ouvriers — les ouvriers de manufacture auxquels on doit penser plus qu'aux autres, probablement — dont le seul instant de pouvoir fumer un

UN CIGARE

Qui vous dessillera les yeux.

Les Statistiques montrent que des hommes en proportion considérable ne peuvent pas distinguer le rouge du vert—ils sont atteints de daltonisme et ne le savent pas. Presque toujours un sens de différenciation d'un genre ou d'un autre nous manque. Le cigare "**Concha Fina**" fera voir au fumeur qu'il paie des prix ridicules pour des cigares importés, sans obtenir pour cela un article meilleur.

Le "**CONCHA FINA**" Davis (Havane clair),
Est vendu à raison de 3 pour 25c.

Il s'est acquis une renommée, de l'Atlantique au Pacifique, et sa qualité seule est le secret de son succès remarquable.

S. DAVIS & SONS, LIMITED, MONTREAL
Fabricants des fameux "**NOBLEMEN**", deux pour vingt-cinq cents.



Les Connaisseurs

FUMENT LA

PIPE "PETERSON"

Tous les marchands de tabac soucieux de leur réputation devraient avoir cette marque en magasin.

Seule et unique maison au Canada réparant et fabriquant les pipes et articles de fumeurs en tous genres.

Propriétaires des
MARQUES BIEN CONNUES



Seuls dépositaires des Tabacs et Cigarettes
de la Régie Française.

GENIN TRUDEAU & CIE., Limitée.

22 RUE NOTRE-DAME OUEST, - - MONTREAL.

peu durant la journée, est en allant ou en revenant du travail. La plupart de ces gens habitent loin de leur emploi, donc, ne pouvant y aller à pied, sont obligés de prendre les tramways. Ce serait une gracieuseté de penser à ces hommes seulement. J'ai dans l'idée que depuis octobre dernier, lorsque je suis entré dans l'Association des Marchands Détaillants, que la plupart des gens pensaient comme moi."

Théo. Valiquette, président de l'Association, est du même avis que M. Michaels, et dit:

"La pétition est essentiellement pour ceux qui n'ont pas beaucoup d'occasions de fumer durant la journée, les commis, ouvriers de manufactures et autres, qui travaillent à l'intérieur et où l'enseigne "Défense de fumer" se voit sur tous les murs."

Cette idée semble être très populaire. Un magasin du bas de la ville s'est procuré 300 signatures de ses clients réguliers en deux jours; un autre 120 dans le même laps de temps. Il y a eu dans la même semaine une assemblée de tous les tabacconnistes de la ville, où des copies de la pétition ont été distribuées pour les mettre sur les comptoirs des magasins de tabac et les faire signer par les clients.

LES PLANTEURS DE TABAC

Et la coopération

Les planteurs de tabac du sud-ouest de l'Ontario trouvent difficilement à vendre leur récolte; ils se plaignent que les prix sont trop bas et que les acheteurs refusent de prendre leur tabac. Dans l'après-midi du 18 février, MM. J. A. Sexsmith, président du comité de l'Agriculture, Oliver Wilcox (Essex Nord), et Arch. McCoig (Kent Ouest), ont demandé au ministre de l'Agriculture d'envoyer l'un des officiers de son département faire une enquête.

M. McCoig a soumis cette question au Comité de l'Agriculture en faisant connaître le mécontentement des planteurs de tabac. Il a démontré que des efforts sérieux avaient été faits pour développer cette industrie qui paraissait décliner parce qu'il était difficile de vendre ce produit. M. Wilcox a soutenu la même opinion et suggéré au gouvernement de remédier à l'état de choses actuel.

Ce qui se passe dans Ontario et dans les comtés de Montcalm et Joliette démontre que partout où les planteurs de tabac n'ont pas d'organisation coopérative pour sauvegarder leurs intérêts, l'industrie du tabac en souffre parce que les cultivateurs sont à la merci des intermédiaires.

C'est la coopération qui a développé l'industrie laitière, et pour développer l'arboriculture fruitière, l'aviculture et l'industrie du bacon, il faut ébalement des coopératives.

Pour administrer ces associations, il faut des officiers dévoués, actifs, consciencieux et habiles. Sans ces conditions pas de succès possible.

SIR JAMES WHITNEY

Sir James Whitney est maintenant en assez bonne santé pour fumer un cigare doux. Le soulagement qu'il obtient de l'arôme de la fumée de son cigare devrait l'aider à supporter le fardeau de ses affaires politiques. Le tabac est un vrai reconfort pour l'homme qui a l'habitude de fumer. Il mène à la philosophie et rend heureux très souvent un homme mécontent.

Souvent un homme préférerait se passer d'un repas pour avoir un bon cigare ou une bonne pipe à fumer.

MONOPOLE PROPOSE DU TABAC

Bill introduit au Congrès pour placer l'industrie du tabac entre les mains du gouvernement des Etats-Unis vers le 1er juillet 1916. — Prohiberait la manufacture par tous autres

Un bill pour créer un monopole absolu de la manufacture et la vente de toutes les classes des produits du tabac, excepté des cigares, par le gouvernement des Etats-Unis, après le 1er juillet 1916, a été introduit au Congrès le mois dernier par le représentant Glass de la Virginie et référé au Comité des Voies et Moyens.

Ce bill, que M. Glass dit avoir introduit sur requête, semble avoir été soigneusement construit.

La mesure, qui a pour titre: "Un bill pour pourvoir à une nouvelle méthode pour percevoir le revenu sur le tabac", retirerait l'industrie du tabac dans toutes ses branches, autres que la fabrication des cigares, des mains des particuliers, firms et corporations, pour la mettre entre les mains d'un bureau du gouvernement sous la juridiction du Département du Trésor.

Ce bureau aurait à sa tête un directeur nommé par le Président des Etats-Unis à un salaire annuel de pas moins de \$25,000, ni pas plus de \$30,000, tel directeur continuant son emploi durant tout le temps que son service serait satisfaisant, et ni lui ni aucun de ses subordonnés ne pouvant être démis de leurs fonctions pour des causes politiques.

Le bill pourvoit aux dépenses du bureau en émettant des obligations industrielles du Gouvernement pour le montant de \$500,000,000, portant un intérêt annuel au taux de trois pour cent. Le bureau aurait le pouvoir d'acheter des immeubles, bâtisses et machines de toute maison ou société actuellement engagée dans l'industrie du tabac, à un coût n'excédant pas celui de faire bâtir et acheter des machines identiques, mais ne payant rien pour les marques de commerce ou la clientèle.

Les manufacturiers de cigares et marchands du tabac en feuille employé dans la fabrication des cigares, sont spécialement exclus des prévisions du bill et sont autorisés à continuer leur commerce d'après les mêmes prévisions de la loi existante.

La pénalité pour la violation de la loi en manufacturant ou pour la vente de tous produits du tabac autres que les cigares, serait une amende de \$1,000 et l'emprisonnement pour pas moins qu'un et pas plus de cinq ans pour chaque offense — chaque vente de tabac constituerait une offense séparée. Le bill déclare aussi qu'au cas où la loi serait violée par une corporation, l'amende serait imposée à la corporation ainsi qu'à l'officier, agent ou employé qui aurait commis l'offense.

RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX

Montréal et Banlieue

M. H. Laporte, ex-maire de Montréal et un membre de la maison bien connue Laporte-Martin, épiciers et marchands de liqueurs en gros, a son nom mentionné comme futur membre de Montréal de la commission que le gouvernement nommera pour examiner les possibilités commerciales du Canal de la Baie Georgienne.

L'EMPLOI DES VITRINES

Il semble qu'on a tant dit à propos du soin à prendre des vitrines et de la nécessité de les tenir propres et remplies de marchandises, avec les prix marqués sur les articles, que d'en parler encore serait superflu; mais lorsque l'on se promène sur le trottoir et que l'on regarde les vitrines, on en vient à la conclusion forcée que malgré tout ce que l'on a dit et écrit, il reste encore beaucoup de choses qui n'ont pas été dites.

Il y a encore des marchands qui ne croient pas que cela paie d'employer leurs vitrines, comme il y en a qui ne croient pas que cela paie d'annoncer.

Comme principe, il n'y a rien à dire; cela est trop bien établi. Car pour l'homme qui est trop paresseux pour appliquer le principe, on peut seulement dire que la fortune ne sonnera jamais à sa porte.

C'est très bien pour un homme de se plaindre que ses vitrines ne sont pas faites avec des vitres d'une seule pièce et qu'il ne peut leur donner une belle apparence en aucune façon. Beaucoup de plus petits marchands sont dans le même cas, mais ils ont toujours des vitres transparentes lorsqu'elles sont propres. S'ils ne font pas le meilleur usage des vitrines qu'ils ont, les chances sont qu'ils n'en auront jamais de meilleures.

Ayez une règle de souvent nettoyer ou faire nettoyer vos vitrines afin qu'elles ne soient jamais sales. Si les vitrines deviennent sales avant que ce soit leur jour de nettoyage, ne craignez pas de sortir de la règle et faites-les nettoyer quand même.

Ne garnissez pas de vitrines qui n'auront pas de note prédominante. Si votre idée n'est pas que ce soient des lignes de marchandises similaires ou uniformes, arrangez-les avec des articles de prix uniformes ou de même couleur.

Jugez par vous-même quelles couleurs attireront le plus l'attention. Le rouge est toujours en vogue. Le jaune ne le fait pas autant, et le noir, c'est comme s'il y avait aucune couleur. N'ayez pas peur de dépenser un peu d'argent pour les décorations de vitrines. Les garnitures que vous employez une fois peuvent de nouveau servir maintes et maintes fois, même si ce n'est que du papier crêpé, lequel, entre parenthèses, est très précieux pour travaux de vitrines.

La flanelle de coton est excellente pour décorations de vitrines et peut servir pendant des années sans s'user. Le blanc peut se laver et celui de couleur ne se fane pas facilement. Les couleurs vives pour garnitures de vitrines ne se fanent pas aussi vite que les bleus et roses pâles. Les couleurs vives attirent plus l'attention aussi.

Quelques grosses boucles de ruban tireront l'oeil des femmes; on peut s'en servir souvent. Le rouge brillant est à peu près ce qu'il y a de mieux.

Ne croyez pas que vous puissiez faire vos vitrines attirer les affaires sans y mettre quelques petites fantaisies de quelque sorte. Les vitrines de fantaisies sont très bien comme vitrines de fantaisies, mais n'ont pas grand succès comme exhibits de vitrines; elle coûtent un argent hors de proportion de leur valeur.

En arrangeant une vitrine, il n'y a pas d'erreur plus grande qu'en n'y mettant pas les prix. Même si c'est un article désassorti mis dans un coin de la vitrine, mettez un prix dessus. Cela peut être la différence entre une vente et une "non-vente".

Quelqu'un qui passait sur la rue Ste-Catherine, à Montréal, s'arrêta pour regarder une vitrine de papeterie. En bas, dans le coin de la vitrine, il y avait une seule et petite gravure encadrée, qui pouvait aussi bien valoir 50 cents que

\$1.50. L'homme la désirait. Il l'aurait aussi bien payée \$1.50 que 50 cents. Il n'y avait pas de prix dessus et cela lui déplaisait d'entrer le demander, de crainte qu'on ne lui dise que c'était deux ou trois piastres et qu'il soit obligé de la refuser. Aussi, il passa et la vente fut perdue. Une petite carte avec le prix sur le cadre l'aurait fait vendre. Elle coûtait 75 cents.

Personne n'aime entrer demander le prix dans un magasin et ne pas acheter. C'est peut-être un faux amour-propre, mais cela retient les gens, quelle que soit la cause, et l'effet pour le marchand est le même dans tous les cas.

N'allez pas faire l'erreur de croire que c'est la vitre de votre vitrine qu'on regarde au lieu de ce qu'il y a dedans. Beaucoup trop de marchands couvrent leurs vitres de larges bandes, à un tel point que les gens de l'extérieur ne peuvent voir à l'intérieur et ceux de l'intérieur ne peuvent rien voir à l'extérieur, ce dont ces derniers ne s'occupent réellement pas beaucoup.

Les vitrines ont d'abord été faites pour laisser pénétrer la lumière, et quelques marchands emploient cette utilité primordiale comme une excuse de les empêcher de faire plus d'affaires. Actuellement, nous vivons à une époque où les choses pour lesquelles elles étaient "originellement" faites sont hors d'ordre. Si vous éclairez encore votre magasin avec des bougies et que vous le chauffiez avec un foyer, il est tout naturel que vos vitrines ne soient employées que pour laisser pénétrer la lumière.

Pensez un peu à vos vitrines, à moins que déjà elles ne fassent bien l'affaire.

Les fenêtres d'une maison sont faites pour pouvoir laisser les gens de l'intérieur regarder à l'extérieur. Les vitrines d'un magasin sont pour permettre aux passants de voir à l'intérieur. Quel est celui qui désire regarder à travers une vitre lorsqu'il n'y a rien à voir?

L'apparence extérieure est pour beaucoup pour donner une bonne ou mauvaise impression d'une personne. En dépit que l'habit ne fait pas l'homme, nous jugeons souvent l'homme d'après ses habits. Un magasin peut être très propre à l'intérieur et rempli de belles choses, pourtant on le prend pour un magasin sale, mal tenu si les vitrines sont obscurcies. Les chances d'un magasin propre à l'intérieur et ayant des vitres sales, sont les mêmes que celles d'un homme propre avec des habits débraillés.

Ne vous découragez pas à propos de vos vitrines et ne les négligez pas parce qu'elles n'ont pas une vitre d'une seule pièce. Naturellement, une grande et belle vitre, ce qu'on appelle communément, même ici, "plate glass", est bien mieux, et si vous pouvez l'avoir, ayez-la par tous les moyens, mais vous pouvez vivre sans elle. Toutes vitrines qui sont assez grandes pour laisser pénétrer la lumière, sont assez grandes pour y laisser pénétrer les affaires. Laissez-les parler avec des enseignes ordinaires de vitrines et de bonnes marchandises, elles vous amèneront des affaires.

Pour avoir du succès comme annonceurs, vos étalages de vitrines doivent être souvent changés. Si vous faites des affaires dans une petite ville, une fois par semaine fera l'affaire.

Tout article que vous mettez dans la vitrine est très apte à être plus ou moins détérioré par la lumière. Quelques articles le seront très vite — les parfums et boîtes de papiers, par exemple. Voyez à ce que ces articles aient le plus de protection possible. Arrangez vos vitrines avec ces objets bien en arrière dans de tels cas. Si ce n'est pour une autre raison, il serait sage sous ce rapport de changer les vitrines souvent.

Si vous aviez à payer une bonne somme pour un certain espace d'annonce dans un journal, vous ne penseriez pas à laisser cet espace vacant pendant des semaines consécutives. Pourtant quelques marchands laissent vides des espaces plus précieux que cela. Souvent c'est plus le résultat de la négligence que d'autre chose, mais tout de même, cela ne devrait jamais arriver.

Les vitrines d'un magasin devraient être autant que possible une table des matières de ce qu'il contient — non pas tout à la fois, mais semaine par semaine. Elles devraient montrer une ligne à la fois, mais elles doivent montrer tout le stock ou assortiment par degrés.

Elles devraient être de manière à ce qu'un passant puisse dire d'après vos vitrines ce qu'est votre magasin, si c'est un magasin de nouveautés, une épicerie ou une pharmacie. Alors s'il ne voit pas votre enseigne, il saura tout de même la nature de votre magasin. Votre vitrine devrait être un bureau de renseignements sur votre magasin en entier. Il est étrange que souvent les gens regarderont les vitrines d'un magasin sans même jeter un coup d'oeil sur l'enseigne qui les renseignerait aussitôt.

Un homme entra un jour dans un magasin et dit: "Je viens de la pharmacie "Untel" pour acheter des livres de classe. Il ne s'en trouvait aucun de ceux que je désirais et l'on m'a dit qu'il n'y avait pas d'autre magasin proche qui en tenait; mais comme je sortais, j'ai remarqué les éponges de votre vitrine, et je me dis aussitôt: là où il y a des éponges, il y a des livres de classe, et me voici."

Cet homme tirait une conclusion illogique, mais tout de même pour cette fois correcte. Tenez quelque chose en vue pour montrer quelle sorte de magasin vous tenez. Il y a beaucoup de gens qui ne verront pas votre enseigne, aussi lisible soit-elle. Cela ne veut pas dire que vous n'avez pas besoin d'enseigne. Vous avez pu voir des personnes sortir des articles de dessous une carte marquée 10 cts et demander "Combien cet article"?

Cela vaut la peine pour un marchand de la campagne de visiter une grande ville deux fois par an, ne serait-ce que pour avoir une idée de l'arrangement des vitrines et se convaincre que cette exposition des marchandises avec les prix dessus est le meilleur moyen de les vendre.

Les nouveaux clients, les clients que vous désirez faire, sont souvent influencés par vos vitrines. Ils ne sont pas familiers avec l'intérieur de votre magasin et forment leur impression par l'étalage de vos vitrines. Si ce sont des étrangers, vous voulez que leur première impression soit bonne, car la première impression (bonne ou mauvaise) est quelquefois longue à effacer.

Une nouvelle famille arrive dans votre ville ou village. Elle a de l'argent. Elle dépensera probablement plusieurs centaines de piastres pour des marchandises comme vous en avez, dans l'année. Cette famille cherche un magasin où acheter ces marchandises. Elle vient d'une ville où les magasins avaient un certain style. Va-t-elle choisir votre magasin entre les bons de votre genre? Le fera-t-elle? Eh bien, comparez l'apparence extérieure de vos vitrines et leur étalage avec celles de vos confrères. Les gens entrent dans le magasin qui paraît de l'extérieur comme le meilleur de la sorte. La chance le favorise. Du moins, si le magasin paraît mieux de l'extérieur que les autres, ils l'essaieront tôt ou tard et le magasin conservera probablement la clientèle de la famille si le service intérieur est bon. Prenez de la peine. Les vitrines demandent des soins plus que presque toute autre chose de votre magasin. Cela n'excuse pas la saleté dans l'arrière du magasin. Rien n'excuse le manque de soins nulle part, mais dans tous les cas que cela ne paraisse pas dans vos vitrines. Tirez le plus grand parti de vos vitrines et vous trouverez qu'il y a plus à faire dans le magasin.

Il y a plusieurs petits trucs pour combiner des lignes variées d'articles pour vitrines ou étalage de magasin qui résulteront en ventes des combinaisons là où les articles individuels n'attireraient aucune attention. De tels plans sont souvent précieux pour se débarrasser d'articles invendables. Ceux indiqués sont tels qu'on peut utiliser dans bien des magasins, et s'ils n'ont pas de valeur tel que réferé ici, ils peuvent suggérer des idées qui auraient de la valeur.

Une exposition de boîtes de papier avec soit un porte-plume ou un bâton de cire à cacheter glissé sous la bande du papier, et un prix spécial sur le tout, ferait une combinaison très attrayante, particulièrement si la cire ou le porte-plume sont de couleur brillante.

Si vous avez une nouvelle poudre à dents à lancer, prenez-en un approvisionnement et un lot de brosses à dents, et avec une bande de caoutchouc, attachez une brosse à chaque flacon, arrangez la vitrine avec la combinaison, avec un bon prix dessus.

Les pipes et le tabac, naturellement vont ensemble, et un étalage de vitrine avec une combinaison d'une pipe et d'un paquet de tabac ferait d'excellentes ventes.

Un bon porte-plume, une douzaine de bonnes plumes assorties en acier et une bouteille d'encre noire, avec une bouteille d'encre rouge ajoutée à quelques-unes des combinaisons, et même une bouteille de colle à papier, feraient un étalage attirant à bas prix.

Faites une offre d'aliments à déjeuner, y mettant une livre de thé, une livre de café, un paquet de céréales et un paquet de bacon. Usez de votre jugement en combinant un assortiment des articles pour cette offre dont vous avez une continuelle et bonne demande, prenant soin d'en mettre une quantité telle que vous puissiez y mettre un prix attrayant sur le tout sans donner à votre commerce régulier une occasion de se surcharger d'articles à bon marché que l'on pourrait toujours acheter à un meilleur prix. Dans les combinaisons de cette sorte, il est bon que vous y mettiez un article dont vous voulez commencer le commerce, ou quelque chose dont votre stock est lourdement surchargé.

Trois verres à lampe, un nettoyeur, un assortiment de mèches et probablement un bidon à pétrole attirerait l'oeil d'une ménagère. Quelques-uns des plus humbles articles qui ne font pas d'aussi jolis étalages de vitrines se vendent souvent mieux, spécialement si le passant est attiré par le prix ou la nouveauté de la combinaison ou de l'arrangement. Une planche à laver et trois morceaux de savon vont bien ensemble.

Si vous êtes un quincaillier, faites une combinaison de trois ou quatre des outils dont tout le monde se sert: un marteau, une scie, un tournevis et une hachette; vous savez que cela se vendra. Faites un prix qui surprendra le public et vous serez surpris vous-même. Avez-vous jamais annoncé des clous?

Une boîte de cirage à chaussures, une bouteille de poli liquide et un polissoir, avec quelques lacets de souliers pour la bonne mesure.

Le pharmacien a une chance de faire une combinaison de coffre à remèdes pour la famille, qu'il peut faire aussi étendu ou si limité qu'il le désire, et le prix pour aller avec. Une bouteille de sirop pour la toux et 12 pilules de quinine, un paquet de tablettes pour le rhume feraient un bon groupe. Mettez-y quelques racines de réglisse aussi. Cela coûte peu. Faites une offre de brosses: une brosse à cheveux, une à dents, à mains ou à ongles, brosse de bain et un petit balai. Ceci peut être mis à un bon prix modéré, et une combinaison de brosses à cheveux et d'un tonique pour les cheveux peut être employé en même temps. C'est un bon plan d'ajouter et d'essayer à chaque vente de brosses à che-

veux, une bouteille de votre propre tonique pour les cheveux à un prix spécial.

Montez une combinaison de carnets de poche de toutes dimensions et ajoutez-y un crayon. Tout le monde se sert de carnets de notes de poche et la bonne combinaison fera de grandes ventes.

Qu'importe ce que vous faites dans cette ligne, démontrez aux gens ce que vous leur donnez et ce que cela coûtera. Le prix a beaucoup à faire avec la vente toujours.

SUGGESTIONS AUX COMMIS

Il vaut mieux vendre trop peu que trop à un client. L'homme qui achète trop peu reviendra en acheter d'autre. L'homme à qui vous avez vendu de trop ne reviendra jamais.

Cela ne paie pas de recommander des articles un peu plus qu'ils ne valent réellement. Un client trompé une fois ne vous donnera pas une seconde chance.

Rappelez-vous que les gens peuvent penser au prix pendant qu'ils font l'achat, mais ils pensent à la qualité lorsqu'ils se servent des marchandises. Vendez la plus haute qualité possible toujours.

Montrer les marchandises est ce qui les vend. Plus vous en montrez, plus vous en vendez.

N'importe combien vous avez grandement besoin d'argent, ne pensez jamais une seule minute d'en prendre dans la caisse, même temporairement.

Lisez tout journal commercial qui entre dans le magasin. Cela ne vous portera pas préjudice si le patron voit que vous vous y intéressez et cela vous fera beaucoup de bien de savoir ce qui se passe ailleurs dans votre ligne.

Il est tout probable que vous aimeriez mieux être le propriétaire que le commis. Si vous voulez être propriétaire, travaillez à le devenir.

Votre mesure comme commis sera votre mesure comme propriétaire, pourvu que vous soyez assez grand pour aller aussi loin.

Si vous voulez être voleur, ayez des outils et volez une banque. Si vous voulez emprunter, demandez à votre patron.

Ne fumez pas en devoir et ne fumez jamais de cigarettes comme un homme. D'emprunter de votre propre autorité une seule fois, c'est vous donner une poussée vers l'abîme. Le commis qui fume la cigarette est le dernier commis du personnel à être promu.

Si vous blasphémez ou que vous racontiez des histoires indécentes, allez vous laver la bouche avec de l'eau et du savon avant d'essayer de fréquenter des gens respectables.

Les occasions passent devant vous en temps. Surveillez-les et tâchez d'en accrocher une pour la faire servir dans vos affaires.

C'est une fausse théorie que celle qui dit que la Fortune ne frappe qu'une seule fois à la porte de chaque homme. Elle y est au contraire constamment par tous les temps, vous demandant de la laisser entrer. Le mal est que vous pensez tellement à autre chose que vous entrez et sortez en courant sans vous apercevoir de sa présence.

Accueillez bien chaque client dès qu'il entre dans le magasin. Si vous ne pouvez vous occuper de lui, au moins trouvez s'il est possible ce qu'il désire afin de ne pas le faire attendre inutilement.

Si vous travaillez dans un magasin négligé, voyez à ce qu'aucun soupçon ne puisse vous atteindre si de l'argent disparaît du magasin. Evitez même la moindre apparence de soupçon.

L'homme qui s'assoit et attend que le destin le fasse

grand, ne montera jamais plus haut que le premier degré de l'échelle.

C'est de la manière dont un homme s'attache à une chose qui le fait réussir ou faillir. Plusieurs ont gagné la victoire à la onzième heure simplement parce qu'ils ne l'ont pas laissée échapper. Ne soyez pas un fuyard.

La ponctualité est la courtoisie des rois. Soyez toujours là à l'heure voulue. Ne faites jamais attendre personne. Avec toutes vos qualités, soyez prompt.

Il y a une bonne manière de faire toute chose dans le magasin. Il semble que c'est humain de commencer toujours par la mauvaise manière. Du moins voyez à ce que vous ne fassiez pas la même erreur deux fois.

Renseignements Commerciaux

Cessions.

Montréal. — Alonzo Marcotte. Assemblée des créanciers le 21. Entrepreneur.

Québec. — Mme Eugène Nadeau. Bédard & Bélanger, gardiens provisoires. Modes.

Ste-Geneviève de Berthier. — Henri Gervais. Trafiquant. Les compagnies suivantes ont été récemment enregistrées:

Montréal. — Blaugas Co. of Canada; Crown Cigar Store; Dominion Cycle & Supply Co.; Fisher & Co., marchands généraux; G. M. Gilmour & Co., agents d'immeubles; H. Steinman & Co., restaurant; St. Lawrence Vulcanizing Co.; Tauber Bros. & Co., importateurs.

Fonds vendus

Baie St-Paul. — J. P. Gagnon, M. G.

Matapédia. — Geo. Gauthier, chaussures.

Fonds à vendre

Montréal. — Isidore Greenspan, vente le 24 février, nouveautés.

Montréal. — Walsh & Doray, vente le 23 février, encanteurs.

Incendiés

Montréal. — A. J. Alexander, stock endommagé par le feu, assuré, fourrures en gros.

Montréal. — Jos. Deschatelets, en partie endommagé par le feu, assuré, quincaillerie.

Montréal. — Jos. Lépine, endommagé par le feu, assuré, hôtel.

Montréal. — N. Levinson & Co., endommagé par le feu, assuré, fourrures vertes.

Montréal. — O. W. Meissner, endommagé par le feu, assuré, agent de manufactures.

Montréal. — Ed. Pollak & Co., endommagé par le feu, assuré, fourrures vertes et apprêtées en gros.

Québec. — Edgar Clément (Enreg.), endommagé par le feu, assuré, manufacturier de cuirs et tannerie.

Dissolutions de sociétés

Montréal. — Beaver Electrical Co., Succ. G. F. Cooper and E. C. Smith.

Montréal. — Canadian Aeroplane Co.

Montréal. — Canadian School of Aviation.

Montréal. — Carrière & Ménard, jouets en gros, etc.

Montréal. — Girouard & Bergeron, restaurant.

Demande de cession

Montréal. — N. Beaudry & Fils, bijoutiers.

Nouveaux établissements

Montréal.—E. G. M. Cape & Co., Ltd.; Edward Duffy & Co., chapeaux, etc.; W. A. Higgs & Co., images, etc.; La Cie d'Articles Religieux; Langelier Trust Co., Ltd.; La Cie J. P. Dupuis, Ltd.; National Lunch Co.; Eagle Fur Mfg. Co., Winger & Scherer, prop.; G. A. Robinson, agent d'immeubles, etc.; W. Sicotte & Co., tailleurs; Standard Amusement Co.; Universal Importing Co., spécialités en épicerie, etc.

Ste-Anne de Bellevue—Lavigne & Gareau, entrepreneurs

NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

Cigarettes Vafiadis.		Par mille	1/2z Magnums, bouts en papier,	Moctemer (Turques)—
Odalisque	10s	21.00	en liège ou en or, 10s. et 100s.	1/16 pqts, 5 lbs. boîtes 1.15
Odalisque	50s	21.00	Gloria, 7s (700) 4.02; 10s 5.95	Osm. (Turque)—
Odalisque	100s	21.00	Guinea Gold 8.20	1/16 pqts, 5 lbs. boîtes 1.24
Extra Fine	10s	25.00	Otto de Rose, 10s. 13.00	Tabacs coupés à fumer.
Extra Fine	50s	25.00	Bonnet, boîtes à coulisse, 7s. 350;	Old Chum—
Extra Fine	100s	25.00	2.08 5.95	La lb.
Bulak	10s	12.00	Pan Mall (Égyptiennes)—	En boîtes de fer blanc, 1/2 lb. .. 0.91
Cigarettes Égyptiennes			bouts en liège seulement.	En boîtes de fer blanc, 1 lb. .. 0.89
Maspero		Par mille	En boîtes de 70 19.00	Pqts. 1/11s boîtes 5 lbs. .. . 0.90
No 22 (Ovales)			Pall Mall (King Size)—	En sacs, 1/5s, boîtes 5 lbs. .. 0.93
En boîtes de 250, \$3.00	12.00		En boîtes de 10 25.00	Puritan Cut Plug—
En boîtes de 50, \$0.60	12.00		Imperial Tobacco Co.'s—	En boîtes de fer blanc, 1/2 et 1 lb. 0.92
En boîtes de 100, \$1.20	12.00		Imperial A. A.—	En boîtes de fer blanc, 1/5s. .. 1.00
No 27 (Ovales) bouts de liège.			En boîtes plates de 10 27.00	En boîtes de fer blanc, 1 lb. .. 0.90
En boîtes de 250, \$4.88	19.50		Imperial A. A. 1--	Full Dress—
En boîtes de 50, \$0.98	19.50		En boîtes plates de 10 35.00	En btes de fer blanc, 1/5 et 1 lb. 1.02
En boîtes de 100, \$1.95	19.50		Mon Plaisir—	Meerschaum—
No 29 (Ovales).			En boîtes de 20 10.75	Pqts. 1/11s, boîtes 5 lbs. .. . 0.87
En boîtes de 250, \$5.75	23.00		Old Chum Cigarettes—	En boîtes de fer blanc, 1/2 lb. .. 0.87
En boîtes de 50, \$1.15	23.00		En boîtes de 10 8.20	En sacs 1/5, boîtes 5 lbs. .. . 0.89
En boîtes de 100, \$2.30	23.00		Egyptian Deities No. 1.	Ritchie's Smoking Mixture—
No 31 (Ovales), bouts de liège.			En btes de 10 à coulisse, 100 2.70 27.00	Pqts. 1/10s, boîtes 3 lbs. .. . 0.83
En boîtes de 250, \$3.00	12.00		Egyptian Deities No. 3.	Ritchie's Cut Plug—
En boîtes de 50, \$0.60	12.00		En btes de 10 à coulisse, 100 2.00 20.00	Pqts. 1/16s, boîtes 5 lbs. .. . 0.73
En boîtes de 100, \$1.20	12.00		CIGARETTES DE WILLS	
No 37 (Ovales).			Three Castles.	Par M.
En boîtes de 250, \$5.00	20.00		Btes fer blanc herm. de 50 11.50	Btes fer bl. plates fantaisie de 10 10.00
En boîtes de 50, \$1.00	20.00		En cartons de 10 15.50	Three Castles (Gold-tipped).
En boîtes de 100, \$2.00	20.00		En btes fer blanc plates de 50.. 19.00	En btes fer blanc plates de 10.. 20.00
No 38 (Ovales).			Gold Flake.	En btes fer blanc herm. de 50 .. 13.00
En boîtes de 500, \$9.75	19.50		En pqts de 10 13.00	En boîtes à coulisse de 10 .. . 13.00
En boîtes de 50, \$0.98	19.50		Capstan (Doux).	En btes fer blanc herm. de 50 .. 12.50
No 39 (Rondes).			En cartons (avec bouts) de 10.. 12.00	En cartons de 10.. . . . 12.50
En boîtes de 100, \$2.75	27.50		Capstan (Moyen).	En cartons de 10 12.50
En boîtes de 50, \$1.38	27.50		En btes fer blanc herm. de 50.. 12.50	En cartons de 10 (avec bouts).. 12.50
No 41 (Rondes).			Wild Woodbine.	En paquets de 10 12.50
En boîtes de 100, \$3.50	35.00		CIGARETTES DE LAMBERT & BUTLER.	
En boîtes de 50, \$1.75	35.00		Garrick Mixture.	Par M.
Spéciales (Ovales).			En btes fer-blanc herm. de 50.. 19.00	En boîtes de 10 rembourrées. .. 19.00
En boîtes de 100, \$2.30	23.00		Tabacs à cigarettes.	La lb.
Spéciales pour dames (Rondes).			B. C. No 1, pqts, 1/13, btes 5 lbs. 1.10	Puritan, pqts, 1/13, btes 5 lbs. .. 1.08
En boîtes de 100, \$2.00	20.00		Athlete, paquets ou boîtes, 1/13 boîtes 5 lbs. 1.08	Gloria, pqts, 1/13s. btes 5 lbs. .. 1.08
IMPERIAL TOBACCO COMPANY			Southern Straight Cut, paquets,	1/13s, btes 5 lbs. 1.08
OF CANADA, Limited.			Sweet Caporal, pqts 1/14s, btes 2 lbs. 1.17	Harem (Turque), pqts. 1/16s. boîtes 5 lbs. 1.37
CIGARETTES		Par mille	1/4 lb. boîte de fer blanc 1.42	
Richmond Straight Cut No 1, 10s	11.20			
Sweet Caporal, en boîtes de 10 ..	8.50			
Athlete, boîtes de 10 ou pqts 10s.	8.50			
Gold Crest.				
En btes de 20 à coulisse 500	3.33	6.20		
Vice Roy (Petits Cigares)				
En btes de 10 à coulisse 500	4.25	8.50		
New Light (tout tabac) 10s...	8.50			
Sub Rosa (tout tabac)	8.50			
Le Roy (Petits Cigares)				
En boîtes de 10	8.50			
Derby en pqts de 6 (600) 3.93; 10s	6.85			
Columbia en btes à coulisse de 10s	11.50			
Old Gold, 6 (600) 3.78; 1/10s ..	6.50			
Sweet Sixteen, pqts, 7s, 4.02; 10s	5.95			
Morad. (Turques), bouts en papier	12.25			
Mossan (Turques)—				
En boîtes de 10	8.50			
Mosca (Turques)—				
En boîtes de 10	8.50			
Mogul (Turques) bouts en papier ou en liège		12.25		
Dardanelles (Turques) bouts en papier 12.25, en liège ou argent		12.50		

NATIONAL TOBACCO CO., LTD.	
Landry's Light Snuff—	Barillets ou Jarres
Rose No. 1	32
Merise	32
Rose extra	36
Macaba	38
Scoth (pqts 1 lb. et boîtes 5 lbs)	50
Scoth, en jarres de 5 lbs. .. .	52
Houde's Dark Snuff—	
Naturel	33
Rose No. 1	34
Rose & Bean	34
Rose Extra	36
Merise	34
Macaba	41
Scoth en pqts 1 lb. et btes 5 lbs.	50
Scoth en jarres 5 lbs.	52
Copenhagen—en boîtes 1/12 lb...	
Velvet, 1/10 bte, cartons, 3 lbs...	1.17
Horseshoe, en boîtes de 1/12 lb.	1.05
Tabacs américains à fumer. La lb.	
Pride of Virginia—	
1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons	1.50
Old English Curve Cut—	
1/10 lb boîtes en fer blanc, cartons 2 1/2 lbs.	1.35
1 lb boîtes en fer blanc (fermeture hermétique)	1.42
Rose Leaf (coupé fin à chiquer)—	
1 oz. torquettes, en 1 lb. durms	1.30

Van Bibber Cut Plug.	
Btes fer bl, 1/10 lb. 2 1/2 lb. cartons	1.50
(Ponce ou aromatique)	
Mayo's Cut Plug.	
Paquets 1/10 5 lbs. cartons	1.10
Paterson - Seal -	
1/5 lb. boîtes, cartons 5 lbs.	1.11
Luxedo Granulated Plug -	
1/10 boîtes en fer-blanc, 2 1/2 lbs. cartons	1.37
Lucky Strike -	
1/2 btes en fer blanc 3 lb. cartons	1.50
1/2 lb. boîtes en fer blanc, cartons 5 lbs.	1.40
1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons 2 1/2 lbs.	1.50
1/2 lb. boîtes en fer blanc	1.40
1 lb. boîtes en fer blanc	1.40

IMPERIAL TOBACCO COMPANY OF CANADA, Limited.

(Empire Branch)

Tabacs à chiquer

Stag, barres, 5 1/3 à la lb.	0.39
Bobs, 5 et 12, à la lb.	0.29
Pay Roll, barres, 7 1/2s. palettes 7s.	0.59
Club, 6s. et 12s.	0.42
Black Watch, 6s.	0.45
Currency, 6 1/2s. et 12s.	0.39
Empire Navy, barres, 14 oz.	0.53

Tabacs à fumer

Shamrock, 2 x 4, 6s.	0.45
Pedro, barres, 16 oz. 5s.	0.58

Tabacs hachés

Forest & Stream, 10s.	0.80
Great West. (sacs) 8s.	0.50
Regal Cube Cut, btes fer-blanc, 10s.	0.70
Taxi. Crimp Cut, btes fer-blanc, 10s.	0.78

THE B. HOUDE CO., LTD. QUEBEC.

Tabacs coupés à fumer.

Casino -	
pqts 1/4, boîtes 5 lbs.	27

pqts 1/6, boîtes 5 lbs.	24
pqts 1/2 et 1 lb.	20
Carillon (à fumer et à chiquer)	
pqts 1/10 boîtes de 5 lbs.	40
Lion Brand -	
sac papier 1/10, boîtes 5 lbs.	35
Tri-Color -	
boîtes de 1 lb.	32
Rainbow -	
pqts 1/9, boîtes 5 lbs.	70
boîtes en fer blanc 1/2 lb.	73
boîtes en fer blanc 1/4 lb.	78
sacs 1/5, boîtes de 5 lbs.	78
Cremo -	
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs.	52
Patriot -	
boîtes en fer blanc de 1 lb.	25

Tabacs Naturels, coupés, à fumer.	
Parfum d'Italie -	
pqts 1/12, boîtes de 5 lbs.	48
Red Cross -	
pqts de 1/10, boîtes de 5 lbs.	40
pqts de 1/2 lb.	40
pqts de 1/7, boîtes de 5 lbs.	55
Rouge et Quesnel -	
pqts 1/10, boîtes de 5 lbs.	38
pqts 1/5, 1/2 et 1 lb.	35
Bellefeuille -	
pqts 1/6, boîtes de 5 lbs.	24
pqts 1/3 lb.	24
pqts de 1 lb.	20
Prairie -	
pqts 1/10, boîtes de 5 lbs.	38
Richelieu -	
1/10 lb.	40
Old Style -	
1/10 lb.	75
Houde's Special -	
Parfum d'Italie, 1/10	40
Senator, 1/10	80

Tabacs à Cigarettes

Rugby -	
1/10 (boîtes à coulisse), boîtes 5 lbs.	67
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs.	60
pqts 1/2 et 1 lb.	60

Petit Bleu -	
pqts 1/12 et 1/2, boîtes de 5 lbs.	50
pqts 1/2 et 1 lb., sous étain	40
L. L. V. -	
pqts 1/2 lb., sous étain	0.45
pqts 1/12, boîtes de 5 lbs.	0.50
Petit Poucet -	
pqts 1/12, boîtes de 5 lbs.	48
Le Petit Jaune -	
pqts 1/12, boîtes de 5 lbs.	0.48
Calabresse -	
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs.	60
Swoboda -	
boîtes à coulisse 1/9, boîtes de 5 lbs.	64
Carlo -	
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs.	55
Ali Baba -	
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs.	60
btes à coulisse 1/9, btes de 5 lbs.	65
Tabac à chiquer en tablettes	
Spun Roll -	
pqts 1/16, boîtes de 1 lb.	60
Tabac naturel coupé et pressé	
Original -	
pqts 1/2 et 1/4, boîtes de 5 lbs.	60
Tabac Coupé, Tranché, en Palettes.	
Bamboo (Curved Cut) -	
boîtes en fer blanc, 1/10, btes 3 lbs.	75
Caribou -	
boîtes 1/7, boîtes de 5 lbs.	50

CIGARETTES

"Melachrino" Domestiques

Grosneur	Par 1000
No 8 - Mince. Bouts unis en 10s,	
50s, 100s	\$12.00
No 9 - Bouts en liège en 10s, 50s,	
100s	12.00
Non Plus Ultra - Bouts en liège en	
10s, 50s, 100s	18.50
No 4 - Bouts unis en 10s, 50s, 100s	25.00

Demandez le Tabac à Fumer

"RICHELIEU"

Pavillon en Satin dans les Paquets.

Manufacturé par .. **THE B. HOUDE COMPANY, LIMITED, QUEBEC**

(Suite de la page 62)

VINS TONIQUES

Vin Mariani (14)	9.00
Wilson's Invalids' Port (14)	9.00
"Red Heart" (15)	9.00

WHISKEYS AMERICAINS

Cook & Bernheimer (14)	La cse
Bourbon Gold Lion	10.00
Old Valley	Ptes. 11.50
Old Valley	1/2 flasks 16.00

WHISKEYS CANA

Hiram Walker & Sons (8)	
Canadian Club, 5 ans d'âge	
Canadian Club	Flas
Canadian Club	1/2 Flas
Imperial	
Imperial	Flask
Imperial	1/2 Flask
Baronial	
Baronial	32

Conserves Alimentaires Importées

FEYRET & PINRAN, Bordeaux, France

Cette fabrique de conserves alimentaires est d'une grande renommée. Ses produits sont garantis de pureté absolue. Leurs matériaux de fabrication sont sanifiés et l'emballage s'exécute avec une méticuleuse propreté.

Nous sommes les seuls agents pour le Canada.

MOUTARDE assortie

Aux Fines Herbes

A l'estragon

caisses 24 flacons

“ 48 1/2 “

Anchois à l'huile et sans arête

Caisses 24 1/8 flac. 24 1/4 flac. 12 1/2 flac. 12 2/3 flac.

Bigarreaux au marasquin

Caisses 12 litres, 24 1/2 litres, 48 1/4 litre.

Pelures de truffes

Truffes brossées

En 1/2, 1/8, 1/16

Sardines “Le Pilote”, “Petit Caporal”, “Briand”, etc.

Mushrooms “Emballage spécial sur commande”

Extra Choix, 1er Choix, Choix Hôtel. Caisses de 100 1/2 kilo.

Purée de Foie Gras,

Pâtés de Foie Gras,

Pâtés de Gibier, etc., etc.

CONFITURES “Bar le Duc”, caisses 6 doz.

PIPER-HEIDSIECK

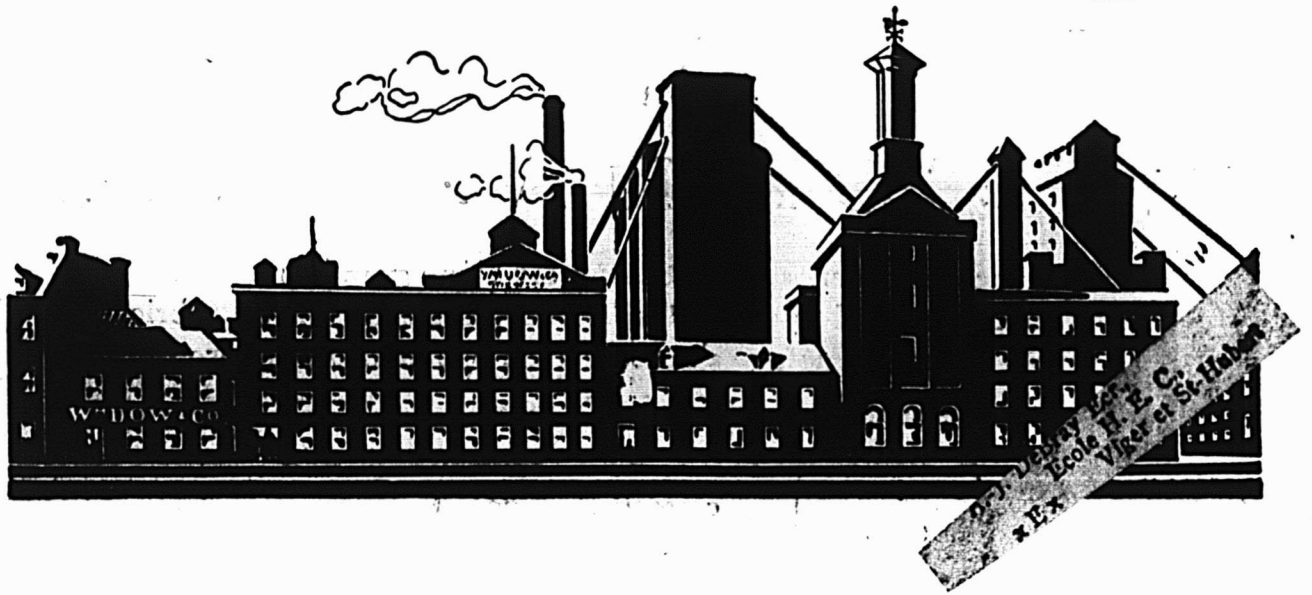
Le Roi des Champagnes depuis 128 ans.

Ecrivez, Téléphonez, Télégraphiez.

Laporte, Martin Limitée, Agents.

Rue St-Paul,

Montréal.



Il y a plus de cent ans, les ALES et le PORTER de W. DOW & CO., étaient les types d'excellence au Canada et, aujourd'hui, ils maintiennent toujours leur position ; leur qualité et leur valeur n'ont pas changé.

ALES & PORTER de DOW.

Malgré le coût plus élevé de la production, la qualité est toujours la meilleure. Aucun procédé n'est employé pour diminuer le prix du brassage. Les produits de DOW sont toujours à un plein degré de maturation. La demande pour les produits de DOW est énorme. En avez-vous un bon stock en mains ?

The National Breweries, Limited.

Successieurs de W. DOW & CO.,

MONTREAL.