


PAGES  
MANQUANTES



# PRIX COURANT



Fondé en 1887.

MONTREAL, VENDREDI, LE 5 SEPTEMBRE, 1913

Vol. XLVI— No. 36



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

**En vente partout.**

---

**J. M. DOUGLAS & CO., MONTEAL.**

**Agents Canadiens.**

**MAISON FONDÉE EN 1857.**



La <sup>™</sup> Marque  
**“ MESSINA ”**

pour Limonade

est protégée par une marque de fabrique perpétuelle, obtenue conformément à l'acte du Parlement du Canada en l'année mil huit cent soixante quatorze par

**ROSENHEIM & JONAS**

et enregistrée au bureau des ministres de l'agriculture sous le titre No 3 Folio 523 sur le registre des Marques de Fabrique.

Les fabricants ou vendeurs d'imitations seront poursuivis avec toute la rigueur de la loi.

**HENRI JONAS & CIE.,**

SEULS PROPRIETAIRES,  
**MONTREAL.**

**Directions pour l'usage de la poudre à  
 Limonade “MESSINA”**

Dissolvez 1 à 2 cuillerées à thé dans un verre d'eau, il n'y a pas besoin de sucre.

Le contenu de ce paquet fournira deux gallons de bonne limonade.

# Vendez "Simcoe"

**La marque de Fèves Cuites qui représente un aliment pur à 100%, qui donne 100% de satisfaction.**

Ne manquez pas d'attirer l'attention de vos clients sur le fait très important que le coût élevé de l'existence ne s'applique pas aux Fèves Cuites Simcoe. Une boîte contient assez de fèves pour toute une famille.

Les épiciers Canadiens progressistes vendent plus de fèves cuites qu'ils ne l'avaient jamais fait. Ces épiciers ont trouvé que c'était une politique très profitable que de pousser ferme la vente de nos FEVES CUITES SIMCOE. Ce sont des fèves cueillies à la main, cuites au four et mises en boîtes dans des conditions hygiéniques. On peut se les procurer soit au naturel, soit avec sauce Chili ou aux tomates. C'est un aliment pur à 100% et il donne 100% de satisfaction à vos clients.

## DOMINION CANNERS

LIMITED,

HAMILTON, Can.



## **A MESURE QUE LE CANADA GRANDIT**

Il y a tant d'étrangers arrivant au Canada, M. l'Épicier, que la diminution de la population dans les autres pays cause des alarmes.

Ces gens nouvellement arrivés devraient être de bons clients pour les plus vieux et meilleurs produits alimentaires de manufacture Canadienne.

C'est pourquoi, quand un nouveau client ouvre un compte chez vous, vous ne devriez pas hésiter à recommander ces produits Canadiens, étalons depuis cinquante ans

### **Le Sirop de Blé d'Inde Marque Crown**

ET

### **Le Blé d'Inde Préparé de Benson.**

En ce qui concerne la cuisson commode, rapide et facile, ils ne peuvent être surpassés et vos clients peuvent recevoir une brochure contenant d'excellentes recettes, rien qu'en nous adressant une carte.

Pourquoi ne pas le leur suggérer ?

**THE CANADA STARCH CO, LIMITED**

MANUFACTURIERS DES MARQUES EDWARDSBURG

Montreal    Cardinal    Toronto    Brantford    Calgary    Vancouver

**PRIX COURANTS**

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

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



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 ppts de 6 lbs. 3.10  
 Red XXX ppts de 3 lbs. 1.60  
 Crescent ppts de 6 lbs. 2.90  
 Crescent ppts de 3 lbs. 1.50  
 Superb ppts de 6 lbs. 2.70  
 Superb ppts de 3 lbs. 1.40  
 Buckwheat ppts de 3 lbs. 1.60  
 Buckwheat ppts de 6 lbs. 3.10  
 Griddle-Cake ppts de 6 lbs. 3.10  
 Griddle-Cake ppts de 3 lbs. 1.60  
 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"**  
 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"**  
 No 5, 1 lb. 30 lbs. par cse 20c  
 No 5, 1/2 lb. 30 lbs. par cse 21c  
 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 ppts. 1 lb. et 60 ppts. 1/2 lb., \$3.00.  
 Caisse de paquets de 5c, contenant 96 paquets, \$3.00.

**CIE. CANADIENNE DES PRODUITS AGRICOLES Montréal**

Lait Laurentia cse 12 pintes 1.50  
 Lait Laurentia cse 20 chopines 1.50  
 Lait Laurentia cse 24 demiards 1.20

**WILLIAM CLARK Montréal**

Conserves  
 Viandes assorties La doz. 1s 2.25  
 Compressed Corned Beef 1s 2.25

Compressed Corned Beef 2s 3.75  
 Lunch Ham 1s 2.25  
 Lunch Ham 2s 3.50  
 Ready Lunch Beef 1s \$2.25 2s 3.75  
 Geneva Sausage 1s 2.50 2s 4.25  
 English Brown 1s 2.10 2s 3.50  
 Boneless Pigs Feet 1s 2.10 2s 3.50  
 Sliced Smoked Beef 1s 1.50 1s 2.50  
 Roast Beef 1s 2.25 2s 3.75  
 Ready Lunch Loaves, Veau Jambon, Boeuf, assortis 1s 1.60  
 Ditto 1s 2.75  
 Boeuf Bouilli 1s 2.25  
 Boeuf Bouilli 2s 3.75  
 Boeuf Bouilli 6s 13.00



Pork and Beans, sauce tomates 2s 0.95  
 Pork and Beans, sauce tomates boites plates 3s 1.15  
 Pork and Beans, boites hautes sauce tomates 3s 1.35



Pork and Beans, Plain 1s 0.60  
 Pork and Beans, Plain 2s 0.95  
 Pork and Beans, Plain, boites plates 3s 1.15

**LA MACHINE A 10 TOUCHES**

*Dalton*

EST RECONNUE ETRE

**SANS RIVALE**

POUR LES

**Additions,  
 Soustractions,  
 Divisions  
 et Multiplications.**

Demandez notre catalogue, ou venez nous voir.

**CIE. DALTON**

12 Edifice Coristine

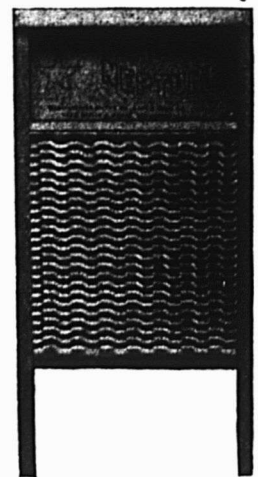
**MONTREAL**

Telephone: MAIN 1346

**LES PLANCHES A LAVER DE CANE**

Amènent les affaires.

Elles donnent toujours entière satisfaction à l'acheteur, parce qu'elles sont bien faites avec les matériaux les plus durables.



Nous fabriquons ces planches à laver en 13 divers modèles et qualités pour répondre à toutes les demandes. Chaque genre est le meilleur qu'on puisse se procurer pour le prix.

Ecrivez-nous pour avoir notre catalogue en français des articles en bois de 'Cane' pour le jour du lavage.

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

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	8.00
Ox tongue	2s	10.00
Ox tongue	2½s	11.00
Jellied Veal	1s	1.50
Jellied Veal	1s	3.00
Jellied Veal	2s	3.75
Gelées de Bouillon	2s	3.50
Gelées de Bouillon	6s	11.00
<b>Potted Meats</b>	La lb.	

Ham, Tongue, Beef and Veal,	½ 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	

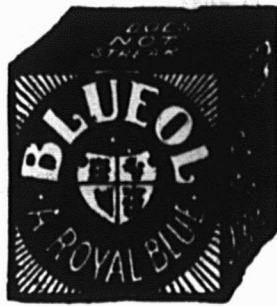
<b>Soupes</b>	La doz.	
Chicken	pqts	1.10
Mulligataknay, Oxtail, Kidney Tomato, Vegetable, Mock Turtle, Consommé, Pois	pqts	1.00
<b>Mince Meat</b>	La doz.	
(Tins fermées hermétiquement.)		
1s	\$1.25,	2s 1.95,
3s	3.00,	4s 4.00,
5s	5.00	

Plum-Pudding		
Anglais	1s	1.90
Plum-Pudding		
Anglais	2s	2.40
Boeuf fumé en tranches "In-glass"	1s	1.50
Boeuf fumé en tranches "In-glass"	1s	2.10
Boeuf fumé en tranches "In-glass"	1s	3.35



**J. M. DOUGLAS & Co.,**

Montréal.



**Bleus à laver**

La lb.  
 "Bleuol", boîtes  
 10 lbs., 50 pqts  
 de 4 carrés, 15c  
 "Sapphire"  
 btes de 14 lbs.  
 pqts de ½ lb.  
 "Union", boîtes  
 de 14 lbs., pqts  
 de ½ et 1 lb. 10c

**WM. H. DUNN,**

Montréal.

**Edward's Soups**  
 (Potages Granulés, Préparés en Irlande)  
 Variétés: Bdun — Aux Tomates — Blanc.  
 Paquets, 5c. Cartons 1 doz. par carton 0.45  
 Paquets, 5c. Boîtes 3 doz. chaque (assorties), par doz. 0.45  
 Paquets, 5c, par doz. de bandes de 5 chaque 2.25  
 (ou en boîtes de 40 bandes \$7.50 par boîte.)  
 Canistres, 15c. Boîtes 3 doz., grandeur, 4 oz., par doz. 1.45  
 Canistres, 25c. Boîtes 2 doz., deux, 8 oz., par doz. 2.35

**BORDEN MILK CO., LIMITED,**  
 Montréal.

Liste de prix pour l'Est, Fort William inclus.  
**Lait Condensé (sucré)** **Prix au Détaillant**

Marque Reindeer (4 doz. par cse). \$6.00  
 Marque Mayflower (4 doz. par cse) 5.25  
 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 (½ douzaine par caisse) 4.75  
**Café (avec Lait et Sucre)**  
 Marque Reindeer (2 doz. par cse) 5.00  
 Marque Regal (2 doz. par cse) 4.50  
 Marque Reindeer, en jarres en verre (2 doz. par caisse) 6.20  
**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.**

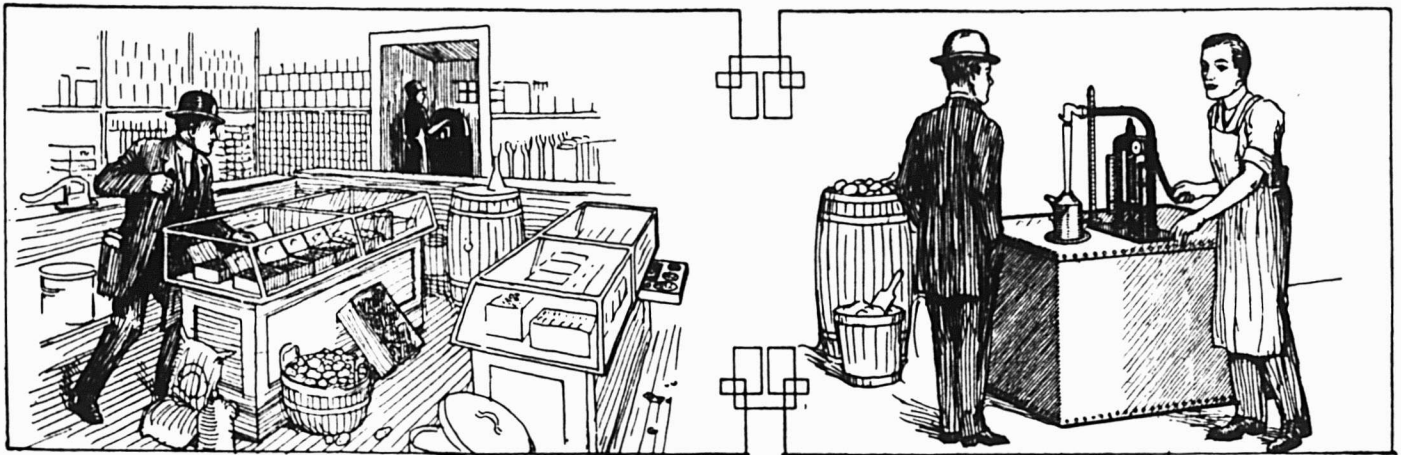


St. Charles "Family" 3.90  
 St. Charles "Hotel" 4.25  
 Lait "Silver Cow" 5.40  
 "Purity" 5.25



**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



**Le Réservoir de Sureté et à Mesure Automatique de Bowser, pour l'Huile, Est Avantageux Parce Qu'il Est Propre.**

Le réservoir ancien diminue vos profits parce qu'il laisse s'échapper l'huile qui abime aussi d'autres articles, en plus de ce qu'il "gâche" votre magasin et lui donne une senteur "infecte." **Le Réservoir Bowser** arrête l'écoulement de l'huile, aussitôt que vous cessez de pomper; il n'épanche pas; il empêche toute évaporation; il économise l'huile et épargne les aliments; il n'échappe aucune senteur d'huile. Avec lui, pas de plancher huileux, pas de senteur—et vous conservez **tous vos profits**. L'appareil **Bowser** dispense des vilaines mesures et des nonnoirs—vous n'avez qu'à pendre le bidon du client à un robinet propre et à pomper. Lorsqu'il est plein, l'écoulement s'arrête et il n'y a pas d'épanchement, de saletés, ni de taches—pas besoin de laver vos mains. Demandez notre **Brochure Gratuite** et toutes les informations.

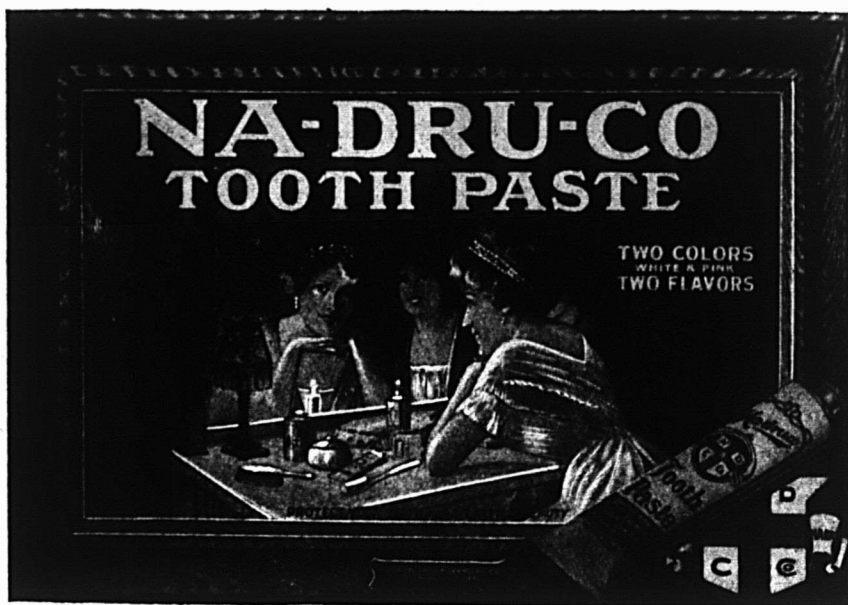
**S. F. BOWSER & COMPANY, Inc.,** 66-68 Avenue Frazer,  
**TORONTO, Ontario.**

Fabriqué par des Ouvriers Canadiens et vendu par des Vendeurs Canadiens.

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

# LES ANNONCES PAR AFFICHE

Font appel à **3,000,000** de consommateurs  
**TOUS LES JOURS**



Les affiches parlent un langage universel, et c'est le seul moyen de faire impression sur l'esprit des enfants, des étrangers et des milliers d'acheteurs qui n'ont pas le temps de lire les journaux ou autres annonces imprimées.

Nous vous donnerons le summum de l'annonce attrayante-ineffaçable et productrice pour chaque dollar qu'elle vous coûte. Demandez les estimés et schemas à

**H. A. WILLIAMS, gérant, Canadian Poster Co.**

Edifice Dominion Express, Montréal.

Plus de 75% de la publicité canadienne est faite par nous. Quoi ! Bovril, Baby's Own Soap, Fruitatives, Na-Dru-Co., Montserrat, Players Cigarettes, Magi and Adanac, Etc., sont affichés par nous à l'année.



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.**

Boite de 1 gallon \$1.00  
 Boite de 1/2 gallon 0.60  
 Boite de 1 pinte 0.32  
 Boite 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.**

**Empois de buanderie.** La lb.  
 Canada Laundry Starch (caisse de 40 lbs.) 0.05½  
 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. 0.06½  
 Empois No 1, Blanc ou Bleu (caisses de 48 lbs.), boîtes en carton de 3 lbs. 0.06½  
 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  
 Boite 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.) 0.05½  
 (Boite de 20 lbs., 1c en plus.)

**ELIE CHARBONNEAU**

Marché Bonsecours

Montréal

Bananes \$2.25 \$2.50  
 Citrons, la caisse 3.00  
 Tomates 0.75  
 Choux nouveaux, la douzaine 0.50  
 Patates, par 80 lbs. 1.00  
 Prunes Cal., la caisse 2.50  
 Pêches 1.25  
 Oranges navel 3.75  
 Concombres, la douzaine 0.25  
 Pommes nouvelles, la boîte 1.25  
 Pruneaux panier 0.50  
 Pêches, panier 0.80  
 Poires, la caisse 4.00

**E. W. GILLETT COMPANY LIMITED**

Toronto. Ont.



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

**Levain en Tablettes "Royal."**

Boîtes 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'alun.

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. . . 5.00  
 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".

**Vous Pouvez Gagner de l'Argent en Vendant ce Savon.**

Car il est moins cher que n'importe quel autre sur le marché et pourtant il ne le cède à aucun, en fait de qualité.

Notre prix pour vous n'est que de 80 cents par douzaine de boîtes et vous pouvez les vendre au détail à 10 cents chacune. Ceci vous donne 50 pour cent de bénéfice.



**PAOS**

"LE SAVON QUI NETTOIE"

Enlève la saleté, la graisse, la peinture, l'encre et les taches. Indispensable aux automobiles, agriculteurs, ingénieurs, ménagères, mécaniciens, machinistes, ouvriers d'usines, peintres, médecins, cheminots, marins, etc. Incomparable pour nettoyer les ustensiles de cuisine, le marbre et la porcelaine. Ne rendra pas rudes les mains les plus délicates. Mousse abondamment. Prix 80 cents la douzaine de boîtes.

ECRIVEZ-NOUS AUJOURD'HUI A CE SUJET.

The CANADIAN FAIRBANKS-MORSE Co., Limited

444 RUE ST-JACQUES

MONTREAL.



CHEZ TOUS LES EPICIERIS

**GUNN, LANGLOIS & CIE, Limitée**

agents pour Montréal et la province de Québec.

## Les fruits en conserves de "GRIFFIN et SKELLEY"

Abricots en Conserves, Pêches en Conserves, Conserves de Raisins, Poires, Cerises Blanches, Cerises Noires, Cassis, Prunes Damson, Prunes Egg, Prunes Golden Drop, Reines Claudes, Framboises, Fraises et Ananas — fruits reconnus excellents en conserves. Au nom de "Griffin & Skelly" vous reconnaîtrez ces produits pour des conserves de fruits très avantageuses à acheter et d'une vente très facile. ∴ ∴

**ARTHUR P. TIPPET & COMPANY,**  
MONTREAL Agents TORONTO



**Dites cela avec conviction**

"Madame, voici le meilleur sel de table que nous vendons — Il est toujours propre, sec et fin — il ne se pétrifie pas — Il glisse facilement de la salière et donne aux aliments la saveur exacte qu'ils doivent avoir.

## Sel de Table WINDSOR

est le seul qui se puisse employer pour la cuisine ou la pâtisserie — La pâte devient croustillante et floconneuse sans laisser aucune "trace d'arrière-goût amer".

Son emploi vous démontrera que c'est le meilleur sel.

THE CANADIAN SALT COMPANY LIMITED  
WINDSOR ONTARIO

## PANIERS et MANNES en OSIER

LES PLUS BAS PRIX COMMERCIAUX  
ET PROMPTE LIVRAISON GARANTIE.

Assortiment complet des Célèbres Brosses et Balais de BOECKH. Nous sommes heureux d'exhiber un assortiment très considérable d'Echantillons.

Conseils d'Experts au sujet du Choix des Lignes se Vendant le Mieux.

Venez, Ecrivez ou Téléphonnez pour avoir notre Liste de Prix.

**The Harold E. Smith Sales Co.**

Agents de Ventes et Distributeurs

130 RUE CRAIG EST

(Deux Portes à l'Ouest de l'Hôtel des Postes)

MONTREAL

Saindoux Composé

# LAING'S

Reconnu comme le meilleur  
sur le marché.

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

Son Prix est raisonnable.

MATTHEWS-LAING LIMITED

Rue Mill, . . . MONTREAL.

**Soda "MAGIC"**

No. 1 caisse 60 ppts de 1 lb . . .	<b>2.85</b>
5 caisses . . . . .	<b>2.75</b>
No. 2 caisse 120 ppts de ½ lb . . .	<b>2.85</b>
5 caisses . . . . .	<b>2.75</b>

No 3 caisse

30 ppts. de 1 lb. . . . .	} <b>2.8b</b>
et 60 ppts. de ½ lb. . . . .	
5 caisses . . . . .	<b>2.75</b>

No. 5 caisse

100 ppts de 10 oz. . . . .	<b>2.90</b>
5 caisses . . . . .	<b>2.80</b>



**Crème de Tartre de "Gillett"**

La doz

½ lb. ppts. (4 doz. dans la caisse) . . . . .	<b>\$1.00</b>
½ lb. ppts. (4 doz. dans la caisse) . . . . .	<b>2.00</b>

La case

4 doz. ppts., ½ lb. . . . .	} <b>\$8.00</b>
2 doz. ppts., ½ lb. . . . .	

La doz

½ lb. canistres rondes, avec couvercles fermant à vis (4 doz. dans la caisse) . . . . .	<b>2.20</b>
1 lb. canistres rondes, avec couvercles fermant à vis (3 doz. dans la caisse) . . . . .	<b>4.10</b>

La lb

5 lb. canistres carrées (½ doz. dans la caisse) . . . . .	<b>0.33</b>
10 lb. boîtes en bois . . . . .	<b>0.30½</b>
25 lb. seaux en bois . . . . .	<b>0.30½</b>
100 lb. barils . . . . .	<b>0.28½</b>
60 lb. barils . . . . .	<b>0.28</b>

**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**

Seaux en bois, 20 lbs. . . . .	2.35
Chaudières, 20 lbs. . . . .	2.25
Caisses, 3 lbs. . . . .	lb. 0.12½
Caisses, 5 lbs. . . . .	lb. 0.12½
Caisses, 10 lbs. . . . .	lb. 0.12½
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 . . . . .	5.75
Calabash . . . . .	11.00
Columbia (tout tabac) . . . . .	11.00

Coronet . . . . .	18.50
Dardanelles (Turques) bouts unis . . . . .	12.25
Dardanelles (Turques) bout liège ou argent . . . . .	12.50
Derby, boîte de 600, la boîte . . . . .	4.00
Empire Navy Cut . . . . .	8.00
Fatima . . . . .	10.00
Guinea Gold . . . . .	8.00
Gloria . . . . .	5.75
Gold Crest . . . . .	6.00
Hassan (Turques) . . . . .	8.50
Imperial A. A. . . . .	27.00
Imperial A. A. 1 . . . . .	35.00
Mecca (Egyptiennes) . . . . .	8.50
Mogul (Egyptiennes) bouts unis . . . . .	12.00
Mogul (Egyptiennes) bouts en liège . . . . .	12.00
Murad (Turques) bouts unis . . . . .	12.00
New Light (tout tabac) . . . . .	8.50
Niobe (Turques) . . . . .	8.00
Old Chum . . . . .	8.00
Old Gold . . . . .	6.30
Pall Mall (format ordinaire) . . . . .	18.50
Pall Mall (format royal) . . . . .	25.00
Players' Navy Cut . . . . .	8.20
Richmond Straight Cut . . . . .	11.00
Sweet Caporal . . . . .	8.50
Sweet Sixteen . . . . .	5.75
Sub-Rosa (tout tabac) . . . . .	8.50

**Cigarettes importées. Le 1,000**

Capstan (douces et medium) . . . . .	12.00
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 ferblanc, 50 s. et boîtes de carton 10 s. . . . .	15.00
Three Castles, boîtes de fantaisie . . . . .	16.00

**Tabac à Cigarettes. La lb.**

B. C. No 1, 1/12 s. . . . .	1.02
-----------------------------	------

Pur

Digne de confiance



**N'hésitez pas**

à emmagasiner et recommander le

**SODA A PATE**

**"COW BRAND"**

Il est remarqué pour sa force, sa pureté, et le fait qu'il est digne de confiance : c'est un des grands favoris de la cuisinière.

Examinez vos stocks.

Commandez-en à votre fournisseur en gros.

**CHURCH & DWIGHT**

Manufacturiers LIMITED  
**MONTREAL**

**FABRIQUÉ A NIAGARA FALLS**

Regardez la photographie de Niagara Falls au fond du carton quand vous achetez le

**Shredded Wheat Biscuit**

Tout autre "Shredded Wheat" qu'on peut vous offrir n'est qu'une bien mauvaise contrefaçon du véritable "Shredded Wheat"—l'espèce que vos clients ont toujours achetée—l'espèce qui domine le marché—toujours propre, toujours pure, toujours la même. Fabriqué seulement à Niagara Falls dans la manufacture de produits alimentaires la plus propre, la plus belle du monde.

Shredded Wheat est mis en caisses propres, en bois solides. Les caisses vides sont vendues par les épiciers entreprenants à raison de 10 ou 15 cents chacune, ce qui ajoute à leurs profits sur Shredded Wheat.

**THE CANADIAN SHREDDED WHEAT CO., LTD.**

NIAGARA FALLS: ONT.

Bureau à Toronto ;

49 rue WELLINGTON Est



## LES POUDRES NERVINES DE MATHIEU

sont un remède simple mais effectif contre tous les maux de tête—un remède que chaque marchand peut recommander comme un curatif sûr et rapide.

Si vous ne connaissez pas les poudres Nervines de Mathieu, et si vous êtes sujet aux maux de tête, essayez-les vous-mêmes à nos frais au moyen du coupon ci-joint.

### POUDRES NERVINES De MATHIEU

Pour tous les Maux de tête et Névralgie.

As ambassadeur par d'Alphonse Abgrignon

ou Filial

Une poudre soignée et quelques poudres sont

garanties

Si vous avez mal à la tête.

Si vous êtes fatigué.

Si vous ne dormez pas bien.

Si vous êtes nerveux.

Si vous avez le grippe.

Si vous souffrez de vertige.

Ces poudres sont

très utiles pour

donner un instant

pendant le sommeil.

Comme remède contre les rhumes et les troubles bronchiques le sirop de Goudron et d'Huile de Foie de Morue de Mathieu est rendu fameux et cette préparation soignée des Poudres Nervines — marche à grands pas dans la même voie.

**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 .....

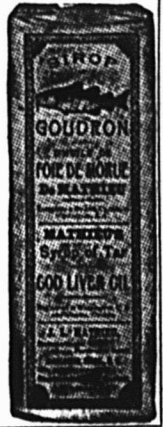
De .....

(Nom de la maison de commerce).

Rue .....

Ville ou village .....

Province .....



## L'Ecole Commerciale Pratique Lalime Limitée,

### DE ST-HYACINTHE

Garantit une excellente position aux élèves qualifiés.

L'Ecole Lalime est l'institution par excellence pour les jeunes gens désireux d'obtenir rapidement une bonne position dans les meilleures maisons de commerce du Canada.

Les études comprennent tout ce qui a rapport au cours commercial : comptabilité, français, la glaise, clavigraphie, sténographie, etc., ainsi que : télégraphie, administration des gares et classe spéciale de comptabilité des banques.

Chaque cours est donné par des spécialistes distingués dans chaque branche.

### TELEGRAPHIE

Les cours de télégraphie et d'administration des gares sont donnés par un professeur spécialement qualifié.

Ces cours sont absolument modernes et n'ont rien de commun avec l'ancienne méthode longue et défectueuse.

Une bonne position est assurée aux élèves de l'Ecole Lalime, dès que leur cours est terminé.

Demandez le prospectus de

L'Ecole Commerciale Pratique Lalime Limitée, de St-Hyacinthe

## HAUSSE DU SUCRE

La hausse de mardi ainsi que la forte récolte de fruits va déterminer une forte demande de sucre. Commandez-en bien d'avance et commandez du

*St. Lawrence*  
**Sugar**

Toutes les commandes sont expédiées le jour de leur réception.

Athlete, 1/12 s.	1.07	Tabacs hachés.	La lb.	No 68 Jars Mustard, 1 doz. à la cse	15.00
Sweet Caporal, 1/13 s.	1.15	Great West (Sac) 8 s.	0.59	No 69 Jars Mustard, 1 doz. à la cse	24.00
Tabacs coupés.	La lb.	Regal, cube cut en boites 9 s.	0.70	Molasses Jugs Must., 1 d. à la cse	21.00
Old Chum, 10 s.	0.82	Taxi, Crimp cut, boites 10 s.	0.78	Jarres ½ gal. Mustard, 1 d. à la cse	36.00
Lord Stanley, Tins ½ lb.	1.11	<b>HENRI JONAS &amp; CIE,</b>			
Meerschaum, 10 s.	0.81	<b>Montréal.</b>			
Athlete Mixture, Tins ½ et ¼ lb.	1.37	Pâtes Alimentaires.	La lb.	Vernis à chaussures.	La doz.
Old Gold, 12 s.	0.97	Macaroni "Bertrand"	0.08	1 doz. à la caisse.	
Seal of North Carolina, 12 s.	0.97	Vermicelle "Bertrand"	0.08	Marques Froment.	0.75
Duke's Mixture (Cut Plug), 1 lb.	0.84	Spaghetti "Bertrand"	0.08	Marque Jonas.	0.75
Old Virginia, pqts ½ et 1 lb.	0.80½	Alphabets "Bertrand"	0.08	Vernis Militaire à l'épreuve de l'eau.	2.00
Duke's Mixture (Granulé), 1/10 s. Bags 5 lbs. carton	0.87	Nouilles "Bertrand"	0.08	<b>LABRECQUE &amp; PELLERIN, MANUFACTURIERS, MONTREAL.</b>	
Bull Durham, 1/10 bags, 5 lbs. carton	1.25	Coquilles "Bertrand"	0.08		
1/16 bgs, 5 lbs. carton	1.25	Petites Pâtes, etc.	0.08		
Old Virginia, pqts 1/16 lb.	0.65	Extraits Culinaires.	La doz.	Catsup King.	La doz.
Snap, pqts 1/12 et 1/6 lb.	0.48	1 oz. Plates. Triple concentré	0.84	Catsup King, bdl. 9 douz.	\$1.00
Calabash Mixture, tins ½ et 1 lb.	1.15	2 oz. Plates. Triple concentré	1.57	Confiture King, 2 lbs. cse 3 doz.	1.50
Calabash Mixture, tins ¼ lb.	1.20	2 oz. Carrées. Triple concentré	1.88	Confiture, cse 2 doz., 12 onces.	1.00
Calabash Mixture, tins ½ lb.	1.35	4 oz. Carrées. Triple concentré	3.34	Confiture, pinte.	2.50
Capstan Navy Cut (importé) tins ½ lb. Medium et Fort	1.50	8 oz. Carrées. Triple concentré	6.25	Caustique, 100 lbs. chaque.	2.75
Capstan Mixture (importé) tins ½ lb. Medium	1.50	16 oz. Carrées. Triple concentré.	12.00	Caustique, 50 lbs. chaque.	1.50
Pride of Virginia (importé) tins 1/10 lb.	1.35	2 oz. Rondes. Quintessences	1.96	Lessive, cse 4 douz., douz. 40c, caisse.	1.40
Old English Curve Cut (importé) tins 1/10 lb.	1.35	2½ o Rondes. Quintessences	2.19	Confiture, chaudière No 7 ch.	0.42½
Tuxedo (importé) tins 1/10 lb.	1.37	5 oz. Rondes. Quintessences	3.75	Confiture, seau No 7 chaque.	0.45
Lucky Strike (importé) tins 1/10	1.35	8 oz. Rondes. Quintessences	6.67	Confiture, chaudière No 5, ch.	0.30
Rose Leaf (importé, à chiquer), pqts 1 oz.	1.24	4 oz. Carrées. Quintessences. Bouchons émeri	3.75	Confiture "King" chaudière No 7, chaque.	0.45
Tabacs à chiquer (importés)	La lb.	8 oz. Carrées. Quintessences. Bouchons émeri	7.50	<b>MATTHEWS-LAING, LIMITED,</b>	
Piper Hiedsieck	1.22	2 oz. Anchor.	1.09	<b>Montréal, Canada.</b>	
Tabacs en poudre.	La lb.	4 oz. Anchor.	1.75		
Copenhagen en boites 1/12 lb.	0.90	8 oz. Anchor.	3.00		
Horseshoe	0.90	16 oz. Anchor.	6.00		
Rose No 1 de Landry	0.32	2 oz. Golden Star "Double Force"	0.75		
Rose No 1 de Houde	0.34	4 oz. Golden Star "Double Force"	1.25		
12 lbs., boites 6 lbs. (Empire Branch)	0.39	8 oz. Golden Star "Double Force"	2.25		
Tabacs à chiquer.	La lb.	16 oz. Golden Star "Double Force"	4.25		
Club barres, 5 à la barre, 6 morc. à la lb., boites 5 lbs.	0.42	2 oz. Plates. Soluble.	0.75		
Moose 11 s.	0.40	4 oz. Plates. Soluble.	1.25		
Snow Shoe barres, 6½ morc. à la lb.	0.45	8 oz. Plates. Soluble.	2.25		
Stag 5 1/3 morc. à la lb., ½ butts	0.45	16 oz. Plates. Soluble.	4.25		
Black Watch 6 s.	0.45	1 oz. London.	0.50	Lard en Baril Marque "Anchor"	
Bobs, 5 s. et 10 s.	0.39	2 oz. London.	0.75	Lard pesant, Canada Short Cut, Mess brl. 35/45	30.00
Currency, 10 s.	0.39	Extraits à la livre de	\$1.00 à 3.00	Lard pesant, Canada Short Cut, Mess ½ brl.	15.50
Pay Roll 7½ s.	0.59	Extraits au gallon de	\$6.00 à 24.00	Lard pesant, Canada Short Cut, brl. 45/55	30.00
Empire Navy Chewing barres 14 oz., boites 7 lbs.	0.53	Mêmes prix pour extraits de tous fruits.		Lard pesant, Canada Short Cut, ½ brl.	15.25
Tabacs à fumer en palettes	La lb.	Moutarde Française.	La grosse	Lard pesant, Brown Brand, désosé, tout gras, brl. 20/35	29.00
Rosebud, 3 x 3, 7 s. ½ cads, 8 lbs	0.50	Pony Mustard, 2 doz. à la cse	8.40	Lard clair, pesant, brl. 20/35.	
Pedro barres, 16 oz., 5 morc. à la lb., boites 6 lbs.	0.58	Small Mustard, 2 doz. à la cse	7.80	Pickled Rolls, brl.	30.00
Empire 6 s. et 12 s.	0.44	Medium Mustard, 2 doz. à la cse	10.80	Lard à fèves, (petits morceaux, mais gras), brl.	23.00
Rosebud 6 s.	0.45	Large Mustard, 2 doz. à la cse	12.00	Heavy, clear fat backs 40/50	29.00
Ivy 7 s.	0.50	Tumblers Mustard, 2 doz. à la cse	10.80	Heavy, clear fat backs 60/70	27.00
Shamrock 6 s.	0.45	Muggs Mustard, 2 doz. à la cse	13.20	Saindoux Composé Raffiné, choix. Marque "Anchor".	
		Nugget Tumblers, 2 doz. à la cs	13.20	Tierces, 375 lbs.	lb. 0.11½
		Athenian Tumblers, 2 doz. à la cse	13.20		
		Gold Band Tumblers, 2 d. à la cse	13.80		
		No 67 Jars Mustard, 2 doz. à la cse	13.20		
		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		

**AUX CULTIVATEURS :**

Nous recevons la crème des séparateurs à main.

**MONTREAL DAIRY COMPANY LIMITED**

290 Ave. Papineau  
MONTREAL

# CONSERVES

**FRUITS et LEGUMES**

Nous commençons à remplir nos contrats.

Pois Français et Belges

"L. A. PRICE & CIE." et "YACHT BRAND". (Belges)

Toutes les qualités.

## **BLUETS**

La récolte est manquée, cependant  
Nous en avons **2000 CAISSES**, à arriver.  
Qualité de choix

boites 2<sup>s</sup> & galls

**SAUMON** (Conserves) Nous avons un choix de marques, toutes les qualités.

Les rapports de la pêche sont contradictoires. Nous sommes en mesure de vous affirmer que la pêche a été bonne ; nos prix d'ailleurs l'attestent.

## **FRUITS et ASPERGES de CALIFORNIE**

Emballage 1913.

**ABRICOTS, PECHES** (entières et tranchées). **POIRES** Bertlett.

**ASPERGES** blanches et vertes, entières et bouts.

Qualité de tout premier choix.

**ANANAS SINGAPORE,** (entiers, tranchés et morceaux.)

500 caisses à arriver bientôt. Boites 2½'s, 1½'s, et ¾'s.

L'avantage que vous avez de placer vos ordres avec nous, c'est la garantie de 100 p. c. de **LIVRAISON** et de la qualité des articles.

Nos livraisons s'étendent jusqu'en Janvier 1914.

Demandez nos prix sur ces lignes ou autres, ils sont

**TOUJOURS INTERESSANTS.**

## **L. CHAPUT FILS & CIE, Limitée,**

Epiciers en Gros et Importateurs.

2, 4, 6, 8, 12 et 15 Rue DeBresoles, - - - MONTREAL.

FONDEE EN 1842.



# LES BISCUITS

Qui Edifient un Commerce.

Tout épicier actif et intelligent devrait maintenant faire un effort spécial pour pousser la vente des biscuits

## Soda à la Crème Perfection de Mooney

Il a une occasion de le faire en cette grande saison des réceptions et des "Thés". Il n'y a rien de plus agréable au goût, de plus croustillant et de plus délectable en fait de biscuits. Tous les gourmets le savent

### The Mooney Biscuit AND CANDY CO., LIMITED

Manufactures à  
Montréal, Stratford, Winnipeg, Vancouver.

Succursales à Hamilton, Ottawa, Sydney, C. B., Halifax, N. E., Fort William, Calgary, Vancouver, C. B., St-Jean, T. N.

### 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.

Les clients apprécient un paquet bien enveloppé. C'est aussi vrai pour le citadin qui rapporte les marchandises chez lui, que pour le fermier qui les met au fond de sa charrette.

Boîtes 50 lbs. net (doublure parchemin)	0.11½
Tinettes, 50 lbs. net (Tinette imitée)	0.11½
Seaux de bois, 20 lbs., net, \$2.40	0.12
Seaux de fer-blanc, 20 lbs., \$2.30	0.11½
Caisses 10 lbs. tins, 60 lbs. en caisses, bleu	0.12½
Caisses 5 lbs. tins, 60 lbs. en caisses, bleu	0.12½
Caisses 3 lbs. tins, 60 lbs., en caisses	0.12½
Briques de saindoux, 60 lbs, en caisse	0.13½
Saindoux Marque "Anchor" (garanti pur).	
Tierces, 75 lbs.	0.14½
Boîtes, 50 lbs., net (doublure parchemin)	0.14½
Tinettes, 50 lbs., net (tinette imitée)	0.14½
Seaux de bois, 20 lbs., net (doublure parchemin) \$3.00	0.15
Seaux en fer-blanc, 20 lbs. brut \$2.90	0.14½
Caisses, 10 lbs., tins, 60 lbs., en caisses rouges	0.15½
Caisses, 5 lbs., tins, 60 lbs., en caisses rouges	0.15½
Caisses, 3 lbs., tins, 60 lbs., en caisse	0.15½
Saindoux en carré d'une livre, 60 lbs., en caisse	0.15½
Viandes fumées.	
Jambons: Première qualité.	
Extra gros, 28 à 40 lbs.	0.18½
Gros, 20 à 28 lbs.	0.19
Moyens, 15 à 19 lbs.	0.21
Petits, 10 à 13 lbs.	0.21
Jambons désossés, roulés, gros 16 à 25 lbs.	0.22
Jambons désossés, roulés, petits 9 à 12 lbs.	0.23
Bacon, Spécial Rose Brand	0.23
Bacon Anchor Brand, à déjeuner, sans os, choisi	0.20½
Bacon Brown Brand, à déjeuner, marque anglaise, sans os, choisi	0.19
Bacon Windsor, dos pelé	0.24
Bacon Windsor, sans os	0.20
Jambons de Laing, choisis, Pique-Nique", 10 à 14 lbs.	0.17
Petit bacon roulé, épicé, désossé, sé, 8 à 12 lbs.	0.17
Bacon choisi, Wiltshire, coté, 50 lbs.	0.20
Cottage Rolls	0.20
Saucisses fumées.	
Bologna (Bondon de Boeuf)	0.08
Bologna (Enveloppe cirée)	0.07½
Brunswick (Beef Middles)	0.08
Frankfurts	0.10
Polish	0.09
Garlic	0.09
Empress (Poulet, jambon et langue) doz.	1.10
Saucisses fraîches.	
Saucisses de porc (tripes de porc)	0.09½
Saucisses de porc (tripes de mouton)	0.10
Petites saucisses de porc (pur porc)	0.16
Saucisses Cambridge (paquets de 1 lb.	0.10½
Saucisses de fermier	0.10
Chair à saucisses (seaux de 20 lbs.)	0.08½
Boudin blanc	0.07
Boudin noir	0.08

#### AGENCES

LAPORTE, MARTIN, LIMITEE, Montréal.

#### Légumes.

Petits Pois Importés "Soleil"

Extra fins, 50 boîtes	14.50
Extra fins, 100½ boîtes	15.00
Très fin, 100½ boîtes	13.50
Fins, 100½ boîtes	11.50

## 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  
ETABLIE EN 1780.

### LACAILLE, GENDREAU & CIE

Successeurs de CHS. LACAILLE & CIE.

#### EPICIERS EN GROS

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

Spécialité de Vins de Messe de Sicile et de Tarragone.

320 Rue St-Paul et 14 Rue St-Dizé  
MONTREAL

### CONFITURES PURES DE UPTON



CONFITURES PURES  
NOUVELLE SAISON.  
DE UPTON  
MAINTENANT PRETES

Absolument pures et de saveur délicieuse, conservées dans des seaux de 5 lbs. et des jarres en verre de 16 oz., doublés or, scellés hermétiquement.

PURE MARMELADE  
D'ORANGE

#### UPTON

Bien et favorablement connue de l'épicier et de ses clients dans tout le Canada, où elle est faite et vendue depuis plus de quinze ans.

# LES FEVES AU LARD DE CLARK

Sont célèbres pour leur  
**Valeur Fiable**  
et leur  
**Supériorité**

Il serait superflu de vous dire, M. l'épicer, que vos clients, apprécient les qualités ci-dessus dans les marchandises qu'ils achètent mais nous aimons à vous appeler que le public a depuis des années manifesté sa haute appréciation du fait qu'il y a les FEVES AU LARD DE CLARK sont facilement les "leaders" à cet égard.

Il n'en saurait être autrement, car l'extrême soin qu'on apporte à s'assurer que rien que le MEILLEUR est toujours EMPLOYÉ dans leur préparation c'est plus qu'une garantie de leur qualité.

Comparez vos ventes et voyez si nos prétentions ne sont pas justifiées.

**Au Naturel, Sauce Chili ou aux Tomates**

**TOUTES GRANDEURS.**

**W. CLARK, Montréal.**

Haricots:—	
Verts, extra fins, 100½ boîtes	14.00
Verts, extra fins, 40 flacons	8.50
Verts, moyens, 100½ boîtes	8.25
Verts, coupés, 100½ boîtes	8.00
Coupés, 100½ boîtes	8.00
Macédoines, No 1 extra, 100½ btes	12.00
Macédoines, No 1 extra, 40 flacons	9.00
Côtes de Céleri, 100½ boîtes	8.00
Côtes de Céleri, 50 boîtes	7.50
Soupes (Pois, Oseilles et Cerfeuil, etc.)	9.50
Oseilles, 100½ boîtes	9.50
Purée de tom. concentrées, 100½ b.	9.00
Purée de tomates, 50 boîtes	9.00
Julienne, 100½ boîtes	8.50
Cerfeuil, 100½ boîtes	9.50
<b>Asperges.</b>	<b>C/S</b>
Pointes têtes seulement, 100½ btes	30.00
Branches géantes, 100½ boîtes	28.00
Branches géantes, 50 boîtes	26.50
Branches grosses, 100/ boîtes	26.00
Branches grosses, 50 boîtes	22.00
Branches Extra, 50 boîtes	24.00
Branches Fines, 100½ boîtes	23.50
Branches Fines, 50 boîtes	22.50
<b>Flageolets.</b>	
Moyens, 100½ boîtes	11.00
<b>Sardines.</b>	<b>C/S</b>
Petit Caporal Club ½	12.00
White Bear ½ s.	16.00
White Bear ¼ s.	9.50
Le Pilote ½	14.50
Victoria ¼ s.	8.00
<b>Savons de Castille.</b>	<b>Lb.</b>
<b>Le Soleil 72% d'huile d'Olive.</b>	
morc. de 10 oz., 200 à la caisse	12.00
morc. de 10 oz., 100 à la caisse	6.00
morc. de 7 oz., 200 à la caisse	7.50
morc. de 1 lb., 50 à la caisse	4.50
morc. de 1 lb. long, 50 à la c/s	4.50
morc. de ½ lb., 50 à la caisse	3.75
morc. de 3 lbs., 12 à la caisse	0.10½
barres de 11 lb., 25 à la caisse	0.08½
<b>La Lune 65% d'huile d'Olive.</b>	<b>Lb.</b>
morc. de ½ lb., 50 à la caisse	3.35
c/s 12 barres, 3 lbs.	0.08½
<b>Huile d'Olive "Minerva"</b>	<b>C/S</b>
12 bouteilles, 1 litre	8.00
12 bouteilles, qts.	6.00
24 bouteilles, pts.	6.50
24 bouteilles, ½ pts.	4.25
	<b>Gall.</b>
c/s 2 estagnons, 5 gall.	2.00
c/s 6 estagnons, 2 gall.	2.05
c/s 10 estagnons, 1 gall.	2.10
c/s 20 estagnons, ½ gall.	2.25
c/s 48 estagnons, ¼ gall.	2.60

## LAIT CONDENSE ET EVAPORE.

Borden Milk Co., Ltd., à l'Est de Fort William, Ont.

<b>Conserve: —</b>	
Eagle Brand, 4 doz.	\$6.00
Reindeer Brand, 4 doz.	6.00
Silver Cow Brand, 4 doz.	5.40
Gold Seal Brand, 4 doz.	5.25
Mayflower Brand, 4 doz.	5.25
Purity Brand, 4 doz.	5.25
Challenge Brand, 4 doz.	4.75
Clover Brand, 4 doz.	4.75
<b>Evaporé (non sucré):—</b>	
St. Charles Brand, petit, 4 doz.	2.00
Peerless Brand, petit, 4 doz.	2.00
St. Charles Brand, famille, 4 doz.	3.90
Peerless Brand, famille, 4 doz.	3.90
Jersey Brand, famille, 4 doz.	3.90
St. Charles Brand, haute, 4 doz.	4.50
Peerless Brand, haute, 4 doz.	4.50
Jersey Brand, haute, 4 doz.	4.50
St. Charles Brand, hôtel, 2 doz.	4.25
Peerless Brand, hôtel, 2 doz.	4.25
Jersey Brand, hôtel, 2 doz.	4.25
St. Charles Brand, gallons, ½ doz.	4.75
"Reindeer" café et lait, 2 doz.	5.00
"Reindeer" café et lait, petit, 4 doz.	6.00
"Regal" café et lait, 2 doz.	4.50
"Reindeer" cacao et lait, 2 doz.	4.80

# CHOCOLAT "ELITE"

Non Sucré



**DNS EPICIERES**  
Pour tous les

## Besoins de la Cuisine

Tablettes de ¼ lb.

Fabriqué par

**JOHN P. MOTT & CO.,**

HALIFAX, N. E.

**J.A.TAYLOR, Agen, Montréal**

## Nous trouverons



## vosre Homme

Nos dix mille milles de Lignes téléphoniques dans Québec et Ontario porteront votre voix à peu près partout.

La personne à laquelle vous désirez parler peut être atteinte grâce à l'un ou l'autre de près de deux mille bureaux dans les deux provinces!

Avec les facilités de notre Téléphone à Longue Distance, il n'y a pas de difficulté à "rejoindre votre homme" s'il se trouve quelque part dans un rayon de mille milles.

Appelez le "LONG DISTANCE" et demandez les tarifs.



**La Compagnie Canadienne du Téléphone Bell.**

## 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.-K. Fontaine, directeur-gérant de "The Canadian Advertising 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 nscrivez-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.

Mi-fins, 100½ boîtes	11.00
Moyens, No 2, 100½ boîtes	9.50
Moyens, No 3, 100½ boîtes	9.00
Petits Pois "Frs. Petit & Cie."	
Fins, 100½ boîtes	0.00
Moyens, 100½ boîtes	7.50
Légumes "Soleil"	

## JOHN P. MOTT & CO.

Elite, per doz. 0.00

La lb.



Prepared Cocoa	8.28
Breakfast Cocoa	0.36
No 1 Chocolate	0.30
Diamond Chocolate	0.24
Navy Chocolate	0.29
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"

	<b>Coût.</b>	<b>Vend.</b>
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 1/8'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.		



## GILLETT'S LYE



### Un des 500 Usages de la Lessive de Gillett

**EPICIERS :** La Lessive de Gillett pour être recommandée comme exterminateur certain des rats et des souris et elle n'a rien des désavantages d'un poison. La manière de l'employer est simple. Répandez un peu de Lessive dans et autour des trous creusés par les rongeurs. En plus de cela, tracez un cercle d'un quart de pouce de large avec de la Lessive sur un planche mince d'environ un pied carré, puis mettez de la viande ou du fromage au centre. En approchant de l'amorce, les rats auront les pieds prulés et toute la colonie, grande ou petite, disparaîtra immédiatement.

**REFUSEZ LES SUBSTITUTS.**

**LA LESSIVE DE GILLETT CONSOME LA CRASSE**

**E.W. GILLETT COMPANY LIMITED**

**WINNIPEG TORONTO, ONT. MONTREAL**



On ne met en boîtes portant la MARQUE BRUNSWICK que les plus savoureux poissons, très soigneusement choisis, pêchés dans la fameuse baie Passamaquoddy.

La haute qualité de nos aliments Marins nous a assuré une forte clientèle qui, par suite de la mise en pratique de méthodes commerciales consciencieuses, ne cesse de

s'accroître. Quand vous tenez la MARQUE CONNORS BROS, vous vendez des marchandises qui vous gagnent une clientèle.

Notre établissement est géré dans les conditions les plus idéales et nos marchandises arrivent en parfait état chez le consommateur.



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

**AGENTS :**

LEONARD BROS., Montréal. — C. 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 Co., Vancouver et Victoria, C. A. — SHALLCROSS, McCaulay, Calgary, Alta. — 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 Bell Est 1185.

MONTREAL.

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

Bureau de Montréal : 80 rue St-Denis.

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

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

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

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

Toute année commencée est due en entier.

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

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

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

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

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, Vendredi, 5 Septembre 1913.

Vol. XLVI — No 36.

## LE COMMERCE D'AUTOMNE

On prépare l'ouverture de la saison d'automne. — Comment mettre en vedette les nouveaux styles d'automne? —  
La manière d'attirer l'attention du public.

C'est un dicton ancien et souvent répété que celui-ci: "Faites bien les plans de votre ouvrage, puis mettez ces plans à exécution." Il est devenu presque banal et vide de sens. Mais c'est le seul moyen, après tout, d'arranger les détails de votre ouvrage d'une manière efficace, raisonnable, confortable et satisfaisante.

Avez-vous jamais regardé à deux mois en avant de vous et tracé le plan de votre ouvrage pendant ce laps de temps? Avez-vous jamais bien organisé votre travail? En avez-vous fixé tous les moindres détails? Pensez-y quelques instants.

Voyons, par exemple, la question de la publicité de votre magasin. Envisagez les événements dix semaines auparavant. Les ventes d'été sont pratiquement terminées et en août la publicité peut être un peu moins forte.

Mais septembre va arriver plus vite que vous le pensez et il faudra hâter la publicité.

La Fête du Travail se célèbre le premier du mois: cela veut dire qu'il faut pousser la vente des nouvelles chaussures d'automne, à prix modérés, pendant cette semaine-là. Cela signifie qu'il faut que nous soyons prêts à pousser la vente des souliers pour les écoliers, pour les garçons et filles en général. Il est sage d'annoncer les articles pour écoliers une semaine ou dix jours avant l'ouverture des écoles, bien que l'on achète en plus grandes quantités après l'ouverture des écoles que le premier jour.

La grande chose à considérer, c'est l'Ouverture d'Automne. Puis vient une période d'efforts soutenus pour faire de bonnes affaires sur les articles d'automne et d'hiver.

Avez-vous réfléchi à tout cela? Savez-vous, après mûre réflexion, combien d'argent vous allez dépenser en publicité d'ici à dix semaines, comment vous le dépenserez, de quels journaux vous vous servirez, combien d'argent dépenserez-vous dans chacun, combien de jours vous ferez paraître votre annonce, quels articles vous annoncerez à chaque fois, si vous avez des vignettes satisfaisantes pour illustrer votre matière de publicité?

Soyez-vous ce que vous ferez de vos vitrines? L'annonce dans vos vitrines est une chose qui devrait attirer particulièrement votre attention.

L'été est passé et le temps est venu de mettre de côté les couleurs, l'espèce de pancarte qui convenait si bien pendant les chaleurs, et de changer le ton ou l'atmosphère, vos com-

binaisons de couleurs dans vos vitrines. Choisissez d'autres pancartes: d'une texture nouvelle, d'une couleur originale; que leurs formes et grandeurs soient un peu différentes de celles auxquelles le public était habitué, servez-vous d'autres teintes d'encre et d'autres peintures, essayez un autre genre de caractères pour l'impression de vos annonces dans vos vitrines. Cette variété est des plus nécessaires.

Le jour d'ouverture est devenu, dans le commerce, la semaine d'ouverture. C'est une période d'étalages spéciaux, auxquels on consacre une attention spéciale.

Que faut-il mettre à l'étalage? Il vous faut le savoir dès maintenant.

Il est temps de retirer dans le fond du magasin les marchandises de vente courante et de mettre en vedette les nouveautés, tous les nouveaux styles, toutes les nouvelles caractéristiques ainsi que les modèles les plus récents, les nouvelles combinaisons de matériaux, etc., bref tout ce qui est nouveau.

Placez-les dans des caisses pour l'étalage, dans votre magasin, mettez-les dans vos vitrines, attirez l'attention des gens sur ces marchandises par votre publicité. Ce sont les nouveaux articles que le public veut voir, veut connaître en ce moment. Il sera mécontent si on lui présente des articles qu'il a déjà vu fréquemment. L'idée de la nouveauté l'attire.

Que comptez-vous accomplir au moyen de votre Ouverture d'Automne? Pensez-vous créer une demande considérable dès le début, élever énormément votre chiffre d'affaires? A ce sujet, voyez d'après le passé, d'après votre expérience, quel est le rapport probable entre vos espérances et la réalité.

Il faut reconnaître que c'est plutôt une tâche difficile à accomplir que d'attirer une foule énorme dans le magasin. Seuls les grands magasins à rayons, grâce à la prodigieuse variété des marchandises à l'étalage, des orchestres, des concerts, etc., peuvent attirer une foule de gens n'ayant pas l'intention d'acheter immédiatement. Mais tel n'est, tel n'a jamais été le cas pour un magasin de chaussures, par exemple.

Il est plus sage de ne pas annoncer une ouverture officielle d'automne. Mieux vaut exhiber et parler des nouveaux articles, d'une manière attrayante, intéressante. Il est bon de faire distribuer, fin août ou au début de septembre, une petite circulaire dans laquelle on décrit quelques-uns des plus intéressants styles pour l'automne et l'hiver. Il sera

aussi profitable de faire placer dans tous les paquets livrés une petite carte, relative aux articles d'automne. On peut aussi faire placer une annonce attrayante, en couleurs vives, dans les chars urbains.

Mais la plupart des annonceurs sont d'avis que le meilleur moyen de faire savoir aux gens quels sont les nouveaux styles, c'est de se servir des revues commerciales et des journaux quotidiens.

### LE CHIFFRE D'AFFAIRES ET LE PROFIT.

Tous les hommes d'affaires apprécient l'importance des ventes rapides et d'un fréquent retour du capital engagé dans un stock de marchandise. Cet aspect du commerce de détail est de la plus haute importance et devrait recevoir une très grande attention.

Trop souvent, cependant, le mouvement rapide des marchandises ne donne qu'une satisfaction passagère. On a transigé un splendide volume d'affaires; mais quand vient le temps de totaliser le résultat net des ventes de l'année, on constate un déficit alarmant au bilan.

Une raison probable des résultats de cette sorte réside dans le fait qu'on s'est formé à l'idée que le mouvement rapide d'une marchandise quelconque compense le trop petit pourcentage de profit. Trop de marchands se sont laissés prendre à cette idée que, parce qu'un article est de vente courante, ils peuvent se contenter d'une faible marge de profit et faire quand même de bonnes affaires. Règle générale, il est économiquement admis et exact que les articles dont la vente est lente comportent une marge de profit plus considérable que ceux dont la vente est facile, et peuvent se renouveler souvent. Encore, ne devrait-on jamais perdre de vue l'item du profit compensateur. Les articles comme le pain, le lait, le savon, les biscuits, dont le stock s'épuise chaque jour ou chaque semaine, doivent être étroitement surveillés quant au profit net qu'ils rapportent. Le marchand devrait calculer le profit pour lui-même. Trop souvent il se contente de ce que l'article est supposé lui rapporter, sans s'en rendre un compte exact.

Ainsi, le boulanger qui lui fournit son pain lui expliquera que, du fait qu'il gagne un sou par pain tous les jours sur 25 pains, il fait un profit net de 25 cents par jour qui, calculé pour une année entière, représente peut-être 500 pour cent de profit sur l'argent engagé sur l'article. En calculant de cette manière, on est susceptible de perdre de vue plusieurs points essentiels. Tout d'abord, le profit net de l'épicier qui gagne, disons, 25 cents sur chaque \$1.00 d'achat, n'est pas de 25 pour cent, mais de 20 pour cent seulement. Sur ce pourcentage, il faut payer tous les jours, et non à la fin de l'année, le loyer, les salaires, etc., dont la proportion se calcule de 17 à 22 pour cent et davantage souvent. Si vous prenez aussi en considération le service requis pour disposer, envelopper et livrer 25 pains pour 25 cents, le gros pourcentage s'évanouit comme un rêve au réveil. On peut dire la même chose de tous les articles vendus également sur une petite marge.

Le temps qu'il faut pour préparer et livrer un paquet sur lequel il y a un profit, soit de 3 à 8 pour cent, n'est pas plus long que celui qu'il faut sacrifier à envelopper un pain et l'article de vente rapide ne donne pas toujours le bénéfice qu'il devrait donner.

Jamais un détaillant ne devrait se laisser prendre à l'appât de ceux qui prétendent que les articles de vente facile sont plus profitables du fait qu'ils se renouvellent fréquemment. Il doit calculer d'après son propre point de vue et

insister sur l'achat de marchandises qui lui rapporteront un profit raisonnable, équitable.

### LA NECESSITE DE LA COOPERATION.

Jusqu'à ces dernières années, la moyenne des gens croyait qu'on pouvait atteindre le succès sans coopération. De fait, l'idée de coopération était inconnue, même dans le domaine de la fantaisie. Un concurrent était regardé comme un ennemi. Le fait qu'un homme ouvrait un magasin de l'autre côté de la rue, dans lequel il mettait en vente une ligne similaire de marchandises, ou bien où il allait faire des affaires du même genre, était considéré par le commerçant comme une déclaration de guerre.

Nous nous souvenons d'un vieux marchand qui, il y a des années, tenait un petit magasin dans la campagne, à un carrefour, où il vendait un jour une clef anglaise, le lendemain quelques verges de calicot. Cet homme-là n'avait pas l'idée de coopérer avec qui que ce soit et ne doutait guère de ce que pouvait signifier le mot coopération. Il ignorait tout des autres marchands du monde. Il ne se rendait absolument pas compte des possibilités futures du jeu étonnant de l'achat et de la vente que Emerson définit: l'acte de transporter un article de première nécessité, d'un endroit où il est abondant, jusque là où on en a besoin.

La connaissance qu'avait ce vieux marchand des affaires était limitée à ce qui se passait dans sa propre boutique sale, et il ne savait rien de ce qui se passait au delà du tournant de la route, à un demi-mille de chez lui. Même aujourd'hui, nous voyons dans nombre de petites villes des marchands se quereller entre eux. Ils ne semblent pas savoir ou comprendre quelle puissance il y a dans la coopération, que le secret de faire de grandes affaires réside dans la coopération entre le patron et l'employé et que pour qu'une ville soit un centre commercial important, il faut que tous les hommes d'affaires de cette ville coopèrent.

### LES DENREES ALIMENTAIRES.

Nous devons à l'obligeance de la maison Laporte-Martin, Limitée, un certain nombre de renseignements, qui intéressent particulièrement les épiciers en détail, au sujet des prix des principales denrées alimentaires, arrivées tout dernièrement d'Europe. Les prix indiquent une tendance très marquée à la baisse.

C'est ainsi que dans les légumes de la marque "Soleil", les fèves extra-fines se vendent \$9.00 au lieu de \$8.50.

Les petits pois, très fins, \$9.50 au lieu de \$10.

Les petits pois moyens, \$7.00 au lieu de \$7.50.

Il n'y a plus d'haricots verts moyens en demi-boîtes ou en boîtes.

La Macédoine No 1 extra en demi-boîtes se vend \$11 au lieu de \$12.

La Macédoine No 2 extra se vend \$9.00.

Il n'y a plus de Macédoine No 1 extra en flacons.

La soupe Oseille se vend \$9.00 au lieu de \$9.50.

La soupe purée de tomates, \$8.50 au lieu de \$9.00.

La Julienne, \$8.00 au lieu de \$8.50.

La soupe Cerfeuil, \$9.00 au lieu de \$9.50.

Les asperges en demi-boîtes, \$26 au lieu de \$28.

Plus d'Asperges, branches géantes, en boîtes.

Grosses branches, 100 demi-boîtes, \$24.50.

Grosses branches, 50 boîtes, \$23.50.

Branches extra, 50 boîtes, \$22 au lieu de \$24.

Branches fines, en demi-boîtes, \$21 au lieu de \$22.50.

Branches fines, 50 boîtes, \$20 au lieu de \$22.50.

## DE L'EDUCATION DES CONSOMMATEURS.

Faire l'éducation des consommateurs n'est qu'un moyen indirect de renforcer la capacité de concurrence des artisans; cependant ce moyen a son importance.

Il n'est pas indifférent de laisser cette concurrence s'exercer sur tel terrain plutôt que sur tel autre et c'est améliorer incontestablement la position des artisans que de faire adopter, comme critère de choix entre eux et l'industrie, des points de comparaison qui sont tout à leur avantage.

Or, pareils critères existent, ils sont compatibles avec le progrès; leur adoption constituerait elle-même un progrès. Il est donc légitime et utile de faire campagne pour y ramener l'opinion publique.

L'individualité dans les produits, la variété, la recherche de l'agrément dans la ligne, l'harmonie des couleurs et des proportions sont des qualités traditionnelles de la petite production. Si quelques-unes peuvent être acquises par la production industrielle, les artisans sont toujours en état de lutter sur un autre terrain, et décider les consommateurs à abandonner la recherche du rabais indéfini, qui domine le marché depuis un siècle, pour y substituer le régime du juste prix d'autrefois.

Il n'est pas difficile de démontrer que la loi du rabais est fautive, tout au moins si on lui donne pleine carrière: il suffit pour cela d'observer les conséquences auxquelles elle a abouti.

Lorsque le seul progrès qui soit apprécié est la réduction des prix d'achat, on aboutit entre les producteurs à une lutte dont voici les phases habituelles.

Ce sont pendant un temps très court, les bénéfices qui font les frais de la guerre, mais cela ne dure guère. A la réduction du bénéfice sur chaque pièce correspond pendant un certain temps une certaine augmentation du bénéfice total par l'extension de la clientèle; c'est un temps d'arrêt pendant lequel les plus forts mangent les plus faibles. Puis la lutte reprend entre les survivants. Alors il faut rogner sur la main-d'oeuvre, (c'est l'origine du Sweating), ou la remplacer par le travail mécanique de la production industrielle, c'est la décadence de l'art industriel.

Enfin, dernière étape de la lutte à outrance, il ne reste plus qu'à sacrifier la qualité des matières premières: c'est le règne de la camelotte, de la falsification.

Ces trois conséquences sont également funestes pour les consommateurs, car elles rabaisent la valeur du produit bien en dessous de la diminution du prix; le bon marché n'est qu'apparent, mais le tort fait à la production des métiers est irréparable.

Tous ces faits sont aisément démontrables. Mais pour leur donner leur pleine valeur économique, il faut en généraliser la connaissance et transporter une conviction scientifique dans le domaine des applications quotidiennes.

C'est une campagne à mener. Elle peut se faire par la presse, par les brochures, les revues, les livres scientifiques et les conférences de vulgarisation.

Elle peut être doctrinale, étudiant et expliquant les conséquences fâcheuses de la loi du bon marché: abaissement de la qualité, fraudes et falsifications, perversion du goût.

Elle peut être expérimentale, empirique. Le rabais souvent n'est qu'apparent: le juste prix domine quand même les relations commerciales: on en a toujours pour son argent lorsqu'on recherche des occasions, c'est-à-dire qu'à l'ignorance des consommateurs correspond la mauvaise foi des producteurs. Il n'est pas difficile de trouver dans le commerce des exemples pour appuyer cette démonstration; si on la recommence souvent, l'idée fera son chemin et de l'indiscutabilité des faits naîtra la conviction. Déjà on a tenté en divers pays de faire des ligues d'acheteurs pour peser sur les producteurs et les décider à améliorer les conditions du con-

trat de travail qu'ils passent avec leur personnel. Il y a des "Ligues sociales d'acheteurs" à Paris, à Berlin, à Genève, en Amérique.

Ces mêmes moyens peuvent être employés pour améliorer les conditions de la concurrence au profit des artisans, pour développer les exigences des consommateurs quant à la solidité, la variété et le goût.

La campagne peut aussi être menée, disions-nous, par l'attraction de l'exemple.

L'exemple peut être de deux sortes.

Les pouvoirs publics, lorsqu'ils agissent à titre de consommateur, doivent abandonner ostensiblement la loi du rabais. Leur intérêt est plus évident encore que celui des particuliers, parce que leur permanence est plus grande. Les abus du régime des adjudications au plus bas soumissionnaire sont connus et le mouvement réformiste est commencé.

## IL FAUT AIMER SON TRAVAIL.

Le bonheur, c'est l'état de satisfaction, de contentement. L'antithèse du bonheur, c'est le malheur, ou l'état de dissatisfaction, de mécontentement. Etre heureux, c'est l'ultime objet des désirs humains, et parvenir au bonheur ou éviter le malheur, c'est l'ultime objet de tous les efforts humains. Par conséquent, toute personne est heureuse ou malheureuse en proportion de la somme de bonheur ou de malheur qui lui échoit pendant la vie. La personne qui a le plus de succès est celle qui s'assure la plus grande somme de bonheur, et non pas celle qui accumule le plus de richesse ou qui exerce le plus grand pouvoir sur ses semblables.

Chacun de nous est sous la dépendance absolue de ses propres efforts pour être heureux. Or, comme nous sommes presque tous obligés de dépenser la majeure partie de notre temps à gagner notre vie, il nous en reste très peu à consacrer à la poursuite du bonheur en dehors des heures de travail. Ainsi, ceux qui aiment leur travail tirent plus de bonheur dans la vie que ceux pour qui le travail est désagréable et lourd comme un fardeau, et il faut donc se complaire à l'ouvrage autant que possible.

Combien d'entre nous ont appris à aimer leur travail? On peut dire qu'il y a certains travaux tellement désagréables que personne ne peut les aimer, et cela est peut-être vrai jusqu'à un certain point; mais il en est beaucoup, même de ceux-là, qu'on peut apprendre à aimer en faisant l'effort nécessaire. D'ailleurs, l'ouvrier qui aime sa besogne la fait beaucoup mieux que celui qui ne l'aime pas. Il est toujours à son poste, à l'heure dite, et il met tant d'intérêt dans l'action qu'il est surpris de voir que l'heure du départ est si vite arrivée. Au contraire, les autres sont aussi tardifs que possible tout en restant dans la limite qui n'expose pas à perdre une situation, et perdant un temps infini à regarder l'horloge et à maudire le sort qui les force à travailler entre les repas. Celui qui aime sa tâche la fait généralement mieux qu'un autre et en fait plus que tout autre. Les autres végètent et ne seront jamais propres à remplir une situation plus rémunératrice.

Comment apprendre à aimer son ouvrage? Voilà une question à laquelle il est assez difficile de répondre; en tout cas, la réponse est susceptible de variation selon les occasions. La première chose à faire, c'est de reconnaître qu'il faut aimer son travail, et, si vous ne l'aimez pas, étudiez-le et étudiez-vous vous-même afin de savoir pourquoi vous ne l'aimez pas, et alors, efforcez-vous de surmonter les obstacles. Tâchez de faire votre travail le mieux possible sans perdre ni temps ni énergie, tout en en faisant le plus possible sans nuire à votre santé. Etudiez les principes fonda-

mentaux de votre tâche; et si vous ne pouvez pas arriver à y trouver de satisfaction, vous vous serez au moins préparé à occuper une meilleure situation lorsque l'occasion se présentera.

### LES INTERMEDIAIRES DANS LE COMMERCE.

Un des lieux communs les plus répandus, c'est d'attribuer aux intermédiaires le renchérissement exagéré du coût de la vie, et les histoires abondent qui sont mises en circulation dans un simple but de réclame, pour démontrer au public qu'il aurait intérêt à s'adresser directement au producteur.

Nous ne prétendons point défendre ici tous les intermédiaires, quels qu'ils soient, pour dire qu'ils sont à l'abri de tout reproche, mais nous voudrions réfuter cette erreur qui consiste à croire que le public et le producteur gagneraient beaucoup à se passer de tout intermédiaire et qu'il en résulterait un abaissement sensible du prix d'achat pour le premier, en même temps qu'une augmentation du prix de vente pour le second.

Prenons comme exemple la maison de gros qui achète à divers fabricants les produits qu'elle revend aux détaillants formant sa clientèle.

Cette maison, naturellement, prélève un certain bénéfice qui vient élever d'autant le prix de vente final, mais croyez-vous que si le fabricant vendait lui-même directement ses articles aux clients de la maison de gros, cette augmentation du prix ne se produirait pas?

Evidemment oui. Que représente, en effet, le bénéfice prélevé par la maison de gros? la simple rémunération de services indispensables, que le producteur devrait assurer lui-même si l'intermédiaire ne s'en chargeait pas.

La maison de gros, en effet, se charge d'organiser la vente aux lieux et places de l'industriel, qui n'a plus à se préoccuper que de la production. A elle, le souci de recruter une clientèle, de la faire visiter, de s'enquérir de ses goûts et de ses besoins pour y répondre le mieux possible, à elle surtout le risque de relations commerciales avec une infinité de clients dont il faut surveiller le crédit.

A tous ces services et à ces risques correspondent des frais généraux qui doivent nécessairement se couvrir et que le fabricant doit faire entrer en ligne de compte s'il veut se passer d'intermédiaire.

En outre, la maison de gros rassemble des marchandises d'origines diverses et constitue ainsi des assortiments complets qu'un seul fabricant serait incapable de fournir. Et comme ses frais de représentation se répartissent sur l'ensemble de ses affaires, il en résulte que la part qui grève chaque article est de peu d'importance.

Enfin, acceptant des ordres portant sur des quantités minimes, elle s'adresse à une infinité de clients qui se verraient refuser autrement leurs commandes par le producteur, et elle se trouve en mesure de passer à la fabrique des ordres importants, d'une exécution plus facile et plus rémunératrice; souvent même la maison de gros se contente, pour son bénéfice, de l'écart entre une grosse commande et celui d'une petite, et le consommateur, en définitive, n'en souffre pas.

On voit donc qu'en règle générale non seulement le détaillant et le fabricant ne gagneraient rien à la suppression des intermédiaires, mais qu'ils y perdraient même beaucoup en commodités de toutes sortes. En un mot, l'intermédiaire, loin d'être un rouage inutile des affaires, en est l'auxiliaire indispensable.

### L'EMBALLAGE DU BEURRE.

#### Méfions-nous du "papier parchemin" pour beurre.

Il ne faut emballer, dit M. Francis Marre, que du beurre froid et bien sec, tout en le maintenant à l'abri de l'air extérieur ou tout autre agent d'altération (chaleur, humidité, odeur, microbes, oxygène).

L'emploi du papier "sulfurisé" est courant. On sait qu'il s'agit de papier parcheminé par un traitement à l'acide sulfurique, au chlorure de zinc, au chlorure ammoniacal. Mais il y a papier sulfurisé et papier sulfuré. En la matière, comme en beaucoup d'autres, le bon marché ne tourne pas toujours à l'avantage du producteur de beurre. En effet, dit l'auteur, le lavage qui suit le traitement de papiers imperméables, et qui a pour but d'éliminer l'excès d'acide demeuré dans leur trame, ne leur redonne pas leur souplesse primitive, et force est bien de leur incorporer une substance hygroscopique. La glycérine, le sirop de glucose, le chlorure de calcium ou de magnésium, etc., qui sont mis alors à contribution, ne font pas toujours bon ménage avec le beurre. Mais on rencontre aussi, parfois, dans les emballages en question, de vrais poisons pour le consommateur, tels que le sulfate de plomb. L'acide borique, qui entre aussi parfois en jeu, n'est certainement pas dangereux au même titre pour l'organisme, mais on comprend qu'il peut faire taxer l'aliment de boriqué. Quant aux sels de calcium et de magnésium, ils sont amers. Le glucose, lui, qui, comme chacun sait, est un sucre, est recherché par les moisissures, penicillium, oïdium, etc.

Ainsi donc, méfions-nous des papiers d'emballage et refusons tous ceux qui contiennent plus de dix pour cent d'éléments solubles, de huit pour cent de sucre et de quatre pour cent de cendres.

### LE MARCHÉ AMERICAIN.

Les vacances, les difficultés mexicaines, les pluies prolongées endommageant le coton et le blé, ont entravé l'activité de la Bourse. Les vacances cependant achèvent, et le retour de certains esprits primesautiers jettera une note d'espérance, dans un milieu déprimé quelque peu par une année de stagnation. La pierre d'achoppement, ce sera quand même le problème mexicain. Peut-être qu'on prend cette question trop au sérieux, car la guerre avec le Mexique ne serait pas une affaire sérieuse pour les Etats-Unis, et de plus il n'y a aucune possibilité que cette petite infortune n'arrive. Le président et le congrès se donnent la main pour conserver la paix. Cependant le marché est très sensible aux troubles de cette sorte, à cause de ses potentialités. Pour quelque temps, au moins jusqu'après l'élection, les affaires mexicaines seront instables, et donc une cause de malaise ici, surtout si l'on a en vue les grands intérêts américains dans ce pays. Il semblerait que l'on a pleinement tenu compte de cet état sur le marché new-yorkais. L'effet bienfaisant du message est encore problématique.

Bien que la semaine financière ait été tranquille, le ton général est pour un mieux sensible. Dans ce pays-ci, comme dans tous les autres, la situation monétaire s'améliore. Les affaires, par conséquent, reprennent de l'activité, les demandes de placement sont décidément plus prononcées, ce qui est aussi sur les marchés étrangers comme sur celui-ci. Les spéculations, il est vrai, ont été restreintes par les limitations monétaires des deux côtés de l'Atlantique. Au moment actuel, les marchés du monde sympathisent entre eux et sont tout à fait d'accord. La demande de capital nouveau, bien

qu'urgente, est tenue en laisse, les besoins les plus pressants sont seuls satisfaits. Les nouvelles émissions d'août firent peut-être voir un déclin, et un grand nombre de celles-ci n'ont été faites que pour remplacer les obligations courantes parvenues à maturité. Les plans du secrétaire McAdoo, pour soulager la situation monétaire, travaillent avec une grande satisfaction. Soit à l'Est, soit à l'Ouest, on ne craint plus une disette d'argent et le commerce de l'autre côté des Alleghany, bien que spasmodique, s'affirme pour un bien général. Le commerce et l'industrie présentent tous deux des symptômes de renaissance. Les recettes des chemins de fer sont plus larges, bien que le trafic, pour le moment, souffre par suite d'une tendance du grain à monter. Les faits les plus déplorables sur la situation, outre ceux de Mexico, sont des réductions de dividendes actuelles en une perspective dans deux ou trois systèmes de chemins de fer importants; aussi des délais à Washington dans la mesure monétaire.

Au sujet du tarif, on n'en est plus aux spéculations, et les chances sont pour que le congrès passe une mesure monétaire raisonnablement satisfaisante. La position du marché est solide, les valeurs flottantes peu nombreuses, et la qualité des achats bonne.

Il est à remarquer que les valeurs sont plutôt touchées par les nouvelles favorables que défavorables.

### NOTRE COMMERCE AVEC LA FRANCE.

Le Canada compte aujourd'hui environ 8,000,000 d'habitants et, d'ici peu d'années, pour peu que le courant d'immigration persiste, notre population se chiffrera par 20,000,000 ou 30,000,000. Le Dominion est déjà un grand marché pour tous les produits mondiaux, et ne peut que continuer à agrandir.

Dans tous les pays du monde, les articles de fabrication française sont reconnus comme étalons, c'est-à-dire que tous les efforts tendent vers leur imitation. Aussi, lorsque l'Allemagne veut leur faire une concurrence profitable, elle a le soin de charger ses propres articles de la marque "made in France".

Ici, nous sommes dans une situation tout à fait distincte vis-à-vis les produits français. Nous les ignorons dans une trop grande mesure, à part peut-être les objets d'art et le luxe — tout comme nous ignorons manifestement que la France pourrait être un marché profitable pour l'écoulement de nos propres produits.

De tous temps, nous avons subi l'influence des Etats-Unis. Comme il n'existe de frontière que la douane entre nos deux pays, les Américains, beaucoup plus influents que nous, et par le nombre et par la richesse, nous ont à souhait imprimé leurs idées. Ils ont vite calculé la valeur de notre marché et se sont empressés de le saisir. Aussi, nous ont-ils inondés de leurs produits de toutes sortes et, par habitude, nous nous sommes familiarisés à leur emploi.

Et pourquoi? Est-ce parce que nous préférons la marchandise américaine à celle d'autres pays? Assurément non, mais nous n'avons pas le choix. Et si les articles d'origine européenne nous manquent, c'est que nous leur avons systématiquement fermé la porte au profit de ceux des Etats-Unis. Pourtant, la demande existe pour les produits français. Pourquoi n'y répond-on pas? Voilà la question à laquelle nous ne saurions répondre.

En tout cas, le fait est patent et tout le monde en souffre. Et ce n'est pas qu'il soit bien difficile d'entamer des négociations avec les maisons de commerce de France. Au contraire, la chose est d'autant plus facile que nombre de firmes nous demandent chaque semaine des noms de maisons d'affaires canadiennes susceptibles de tenir leurs produits. Les

occasions d'affaires avec la France sont très nombreuses, mais même les maisons canadiennes recommandées spécialement, négligent de répondre aux offres qui leur sont faites, soit au point de vue de l'importation, soit à celui de l'exportation.

Pour le moment, nous sommes en possession d'une lettre dans laquelle un importateur de Marseille se déclare prêt à importer du Canada les articles suivants:

1° Jambon nature fumé, de derrière; jambon désossé roulé, de derrière; jambon épaule roulé; jambon épaule nature; saucisses fumées, en boyaux de boeuf, porc pur Em-press; poulets, jambon, langues; fraissure de porc, saucisse fumée, seule la ½ du moult.

2° Longes désossées, salées, fumées, revêtues de graisse.

3° Boyaux de boeuf, mais après salaison et avant de la mettre dans le boyau, la doubler et pressée afin que la partie adhérente à l'os des côtelettes vienne se souder et que le tout au dehors représente au moins 1 centimètre de graisse. Ce système empêche que la viande maigre puisse se dessécher, étant par le fait entourée de graisse. Longe nature, salée et fumée.

4° Morue extra, gros et moyens poissons.

5° Extrait culinaire: tripes, boeuf, etc., etc.

6° Lard marque "Anchor" garanti pur, saindoux.

7° Gingembre moulu et en racines.

8° Fèves blanches du Canada, jaunes, minot; lentilles vertes et rouges.

Saumon et crevettes, harengs, anchois et sardines, pêche et conserve du Canada.

Fromage canadien. Balais.

Pétrole raffiné et brut.

Farines de blé, de maïs; issues de blé, d'avoine.

Farine d'avoine et orge.

Papier d'emballage.

N.B.—Pour importation au Canada:

Cédrats, gros citrons à confire ou confits.

Amandes princesses ou à la dame.

Huile d'olive pure.

Pâtes alimentaires en boîtes, 1 k., ½ k.

Pâtes alimentaires aux oeufs.

Peaux de chèvres et de chevreaux.

Faire connaître les prix et conditions des cuirs secs ou salés, de boeufs et veaux, et les peaux de moutons et d'agneaux provenant du Canada.

Donnez les conditions et prix en monnaie française et le poids soit au kilogramme, les cent kilogr., ou la tonne de 1000 k.

Donnez aussi les cours des blés, des avoines et de l'orge.

Ces prix doivent être fixés franco d'emballage et franco quai ou port de départ.

Quel serait le fret des ports du Canada à New-York pour les articles ci-dessus? Quant à la morue, j'en aurai le placement par chargements complets, même en Italie, si les prix peuvent rivaliser avec d'autres provenances.

Les prix doivent être fixés pour marchandises payables comptant.

L'importateur en question ajoute qu'il est à l'entière disposition des maisons qui désireraient faire à Marseille un dépôt de machines agricoles et industrielles, selon le système adopté par plusieurs maisons américaines.

Il est certain que les fabricants de machines du Canada peuvent lutter avec avantage contre les Américains, attendu que le tarif d'importation en France est de 30 pour cent inférieur à ce que payent les fabricants des Etats-Unis.

Les maisons canadiennes désireuses d'entrer en relations avec l'importateur en question, n'auront qu'à s'adresser au bureau d'administration du "Prix Courant" pour s'assurer tous les détails concernant l'offre.

Quant aux offres de représentations au Canada, nous nous ferons un plaisir d'en faire part à toute maison recommandable qui nous en fera la demande.

### LE MAGASIN IDEAL.

Les acheteurs aiment à fréquenter un magasin "chaud" — nous ne voulons pas dire chauffé à la vapeur — un magasin où on leur fait un accueil cordial, où le patron est obligeant et où les commis se conduisent comme s'ils étaient contents de les voir.

Ils aiment un magasin où ils se sentent bienvenus. Dans certaines maisons on les reçoit comme des intrus violant le secret d'un endroit privé.

Les acheteurs aiment aussi à être invités par des étalages attrayants. Ils choisissent plutôt un magasin à cause de l'apparence des vitrines, et ils sont rarement trompés sur la valeur du magasin.

Ils aiment à fréquenter une maison d'affaires où les employés travaillent ensemble comme s'ils étaient une même famille et obtiennent crédit pour ce qu'ils font, et où les patrons les traitent convenablement.

En entrant dans un magasin, les clients aiment à n'être servis que par un même commis et que celui-ci s'efforce, autant que possible, de ne pas trop leur multiplier les paquets. Ils aiment un magasin où les commis savent trouver ce qu'ils désirent et leur épargnent une longue attente inutile.

Ils aiment un magasin bien éclairé le jour comme le soir et bien ventilé; un magasin où les rayons sont propres et où les paquets et les boîtes ne sont pas couverts de poussière. Tout le monde recherche la propreté partout.

Les clients aiment le magasin où les commis sont empressés et désireux de montrer la marchandise, même s'ils ne font pas de vente. Ils aiment aussi à recevoir un reçu qui démontre qu'ils ont bien obtenu ce pour quoi ils ont payé.

Le magasin "idéal", c'est celui qui possède toutes ces qualités et beaucoup d'autres encore.

### POUR LES COMMIS.

Un dicton bien connu dit qu'il ne faut pas compter les poussins avant qu'ils soient couvés. Ce qui veut dire qu'il ne faut pas compter sur une bonne chose avant de l'avoir en sa possession. Ne pratiquez pas trop cette philosophie. Elle est évanescée. Comptez sur toutes choses; attendez-vous à tout; observez tout. La couvée viendra à temps pourvu que vous ne soyez pas trop exigeant quant à la date fixe. Les vieilles poules qui ont de l'expérience n'escomptent pas les résultats d'une nuit. Elles couvent encore et encore, sans jamais se décourager et obtiennent toujours le résultat prévu. Beaucoup de jeunes gens ne réussissent pas parce qu'ils ne mettent pas autant de persistance que la poule. Il ne faut pas croire que le succès vous sera servi sur un plateau d'or et qu'on vous priera de vouloir bien l'accepter. Il vous faut penser et travailler. Il vous faut observer une conduite honnête, celle d'un homme sérieux et qui veut réussir.

C'est ce qui s'appelle "compter les poussins".

\* \* \*

Après vous-même, votre patron est votre meilleur ami. Il ne le fait peut-être pas voir. Peut-être aussi ne vous fait-il pas de démonstrations d'amitié — peu de patrons en font. Mais il a votre intérêt à cœur tout comme vous avez le sien. Les jeunes gens sont sujets à plus ou moins d'ennuis, finan-

ciers ou autres. Confiez-vous à votre patron. S'il est le premier à en entendre parler, la chose lui paraîtra moins grave que si elle lui est répétée par une autre personne. Plus d'un jeune homme a perdu une bonne situation pour avoir manqué de confiance en son patron.

Il y a encore d'autres cas. Chaque fois qu'on vous offre une situation qui puisse vous paraître meilleure, plus avantageuse que celle que vous occupez déjà, différez votre acceptation et ne décidez rien avant d'en avoir conféré avec votre patron. Son expérience des hommes et des choses est plus vaste et plus mûre que la vôtre, et, s'il vous estime, ses conseils vous seront précieux.

\* \* \*

"Occupez-vous de vos affaires." — Ce n'est pas un mauvais axiome; toutefois, s'il vous a été donné deux yeux pour voir, et une bonne conception des choses, vous avez dû constater déjà que ce qu'on appelle "mettre son nez dans les affaires des autres" a quelque fois du bon. Au cours de ce vingtième siècle, cette pratique a fait faire de bien grandes choses. Les sages vous diront de ne vous occuper que de ce qui vous regarde. Nous ne pouvons admettre cela. Il n'est pas bon d'ignorer la loi sous prétexte qu'on n'est ni avocat ni notaire. Au contraire, il est de bonne politique de démontrer la faiblesse des lois et la folie des fonctionnaires, à votre point de vue. Aucun homme d'esprit ne restera impassible s'il croit qu'une certaine routine est nuisible à son magasin. Cette routine pourra faire un succès à la longue, mais, pour le moment, elle est désastreuse à votre point de vue. A part les bons ou mauvais résultats qu'une méthode quelconque peut avoir pour votre magasin, le fait que vous y voyez raison de réclamer poliment, montre que vous êtes un homme d'observation et que vous pouvez en réalité faire plus que de ne vous "occuper que de vos propres affaires."

### L'ESCOMPTE AU COMPTANT ET LE PRIX DE FACTURE.

L'escompte au comptant ne devrait pas être déduit du prix de facture avant d'y avoir ajouté la proportion du coût d'administration; faire cela, entraînerait pour le marchand la perte de l'escompte. Si le compte de dépenses du marchand comporte toutes les dépenses réelles de son commerce, l'intérêt s'y trouve porté pour tout l'argent engagé et tout celui emprunté, et c'est cet argent qui lui permet d'obtenir de l'escompte au comptant. Le fait que le marchand crée une dépense pour se procurer les fonds qui lui permettent de prendre ses escomptes, est une preuve que l'escompte qu'il recherche doit couvrir et protéger la dépense. Or, le marchand qui déduit l'escompte avant d'avoir ajouté la proportion du coût d'administration, celui-là perd réellement cet escompte. Ce coût d'administration ne peut pas être mesuré entièrement d'après le total du compte des dépenses. Très souvent, il arrive qu'un marchand fait en affaires des choses qui n'entraînent pas une entrée au livre des dépenses, mais qui ne comptent pas moins comme déboursés extraordinaires. Le marchand qui n'est pas en état de donner un bon service à la clientèle; celui qui n'étudie pas la catégorie de marchandises qu'il vend; celui qui ne met pas la qualité au-dessus du prix; celui qui ne change pas de variétés d'articles d'année en année; celui qui sacrifie ses profits pour obtenir un plus gros chiffre d'affaires; celui qui vend durant toute l'année sans pointer ses ventes et son stock par rapport à ce qu'il avait en magasin d'après inventaire, ainsi que les marchandises reçues durant l'année, celui-là peut découvrir un jour qu'il a livré des marchandises sans règlement.

Le marchand qui néglige de prendre ses escomptes, même s'il lui faut emprunter pour le faire; celui qui néglige d'exiger le règlement de billets ou de comptes lorsqu'ils sont dus; celui qui ne peut pas offrir un visage souriant à ses clients, quels que soient ses ennuis, ils contribuent tous à augmenter le total du coût d'administration.

### POURQUOI LES ÉPICIERIS FAILLISSENT.

Le nombre de faillites enregistrées dans le commerce d'épicerie, depuis un couple de mois, commence à provoquer certains commentaires dans le commerce, quant aux causes déterminantes.

Au cours d'une conversation avec un directeur d'une maison de gros, on nous a donné une de ces raisons, qui nous semble absolument juste. C'est que la plupart des détaillants, de nos jours, ne semblent pas se rendre compte que, s'ils veulent rester en affaires, ils doivent faire un profit sur chaque article vendu. Trop d'entre eux ont contracté la mauvaise habitude de réduire, de "couper" les prix. Et cette pratique est plutôt attribuable à leur ignorance qu'à leur malhonnêteté, quoique, en définitive, il n'en dissipe pas moins l'argent du marchand de gros qui les fournit, car, une fois leurs biens aux mains d'un curateur, les créanciers n'en retirent en moyenne que 25 à 50 pour cent. Et si toutefois il leur est permis de reprendre commerce, ces mêmes détaillants reprendront aussi l'habitude de réduire les prix, dans une tentative de ruiner tous leurs concurrents en vendant meilleur marché qu'eux.

Lorsque l'épicier de bonne foi aura appris à mousser la vente d'articles sur lesquels il fait un profit assuré, alors seulement le commerce d'épicerie s'appuiera sur de meilleures bases dans le monde des affaires et il y aura moins de faillites.

N'importe quel imbécile peut réduire les prix ou donner sa marchandise gratuitement; mais il faut une certaine dose de sagesse pour pouvoir faire un profit raisonnable, un profit qui puisse au moins couvrir les frais d'administration d'une entreprise.

On admettra qu'il y a là beaucoup de vérité. Longtemps les épiciers ont protesté contre la dicture des manufacturiers relativement aux prix de vente, prétendant qu'ils pouvaient conduire leurs affaires eux-mêmes; mais comme question de fait, c'était l'épicier d'en face, le concurrent, qui déterminait leurs propres prix et qui le fait encore aujourd'hui dans plus d'un cas. Le manufacturier est mieux placé que tout autre pour déterminer à quel profit un détaillant a droit pour distribuer ses marchandises.

Le voisin ne sait pas ce que vous coûte votre administration, parce qu'il ne s'est jamais mis en peine de le calculer. Le manufacturier le sait et il est toujours désireux d'assurer au détaillant une marge équitable de profit.

Notre politique vise au maintien des prix en détail.

Nous avons maintes fois écrit de longs articles pour en démontrer la nécessité. Si on convenait de la mettre en pratique, nous verrions moins d'insuccès dans l'épicerie et les autres branches du commerce, et ceux qui ont des capitaux engagés en affaires en retireraient beaucoup plus de bénéfices de même que des efforts qu'ils sont obligés de faire pour conduire leurs maisons.

### UNE NOTION ERRONÉE.

"Les associations assument le droit de me dicter la manière dont je dois conduire mes affaires. Je pense que je puis gérer mes affaires moi-même."

C'est ainsi que nombre de marchands détaillants s'expriment lorsqu'ils refusent de coopérer avec les organisations qui s'occupent de leurs spécialités. Mais il est indubitable que ceux qui refusent de discuter la question et se débarrassent au moyen d'une remarque de ce genre ne se rendent pas compte du fait que la force et l'efficacité du travail de l'association est due en grande partie à l'intelligence de gens qui ont réussi en affaires, grâce à l'application intelligente d'une bonne compréhension commerciale. On peut assurer qu'aucun homme actif d'une association n'a jamais trouvé l'occasion de déclarer qu'il avait jamais trouvé une disposition à la dictature dans les groupes des marchands associés.

Ce qu'on constate d'habitude parmi les marchands progressistes, c'est un empressement à se mettre au courant des meilleures et plus récentes méthodes du commerce. S'il y a des gens qui connaissent tout cela et qui n'ont pas besoin d'apprendre, ils seront accueillis à bras ouverts dans les cercles de l'association et en deviendront des membres très estimés, car le marchand détaillant est très désireux d'entrer en contact avec de tels magazines de science commerciale. Comme l'un des principaux objets de l'association est de donner des conseils, il s'en suit que parmi ceux qui font preuve d'activité dans ce travail, on acquiert naturellement plus d'intelligence commerciale. Mais il ne s'en suit pas que parce qu'un marchand, grâce à son association avec des confrères, est devenu plus capable et a plus d'assurance, il peut en arriver à un point où il pourra dire en toute sécurité: "Je m'arrête là; j'en sais assez."

### LA VALEUR DE L'INTEGRITE COMMERCIALE.

Le prestige d'une entreprise commerciale, grande ou petite, prestige qui attire une clientèle supplémentaire, est due, en grande partie, à la mise en pratique de procédés absolument honnêtes. Chaque fois qu'un homme est irrité ou découragé des conditions du commerce contre lesquelles il a à lutter, il n'a qu'à examiner soigneusement la réputation des hommes d'affaires, de sa profession, pour découvrir qu'un sentiment élevé de l'honneur commercial appliqué aux opérations quotidiennes soutient le succès d'une telle majorité de gens estimables qu'on peut négliger la minorité.

Il n'y a pas lieu pour l'homme courageux et honnête de tenir compte des pratiques déloyales qui se font jour de temps à autre et qu'on ne remarque qu'à cause de la comparaison qu'on fait avec l'intégrité d'affaires universelle de nos jours. Il a été nécessaire de donner de rudes leçons à différentes phases du développement de l'honneur commercial et on peut en trouver les cicatrices à la fois sur l'honnête et le malhonnête commerçant, mais tout cela a été remplacé par des pratiques d'un caractère plus digne de confiance.

### LAPORTE-MARTIN, LIMITEE.

Cette excellente maison fait cette semaine un appel spécial en faveur de la délicieuse marque de champagne Piper-Heidsieck dont elle est la dépositaire à Montréal. Ce champagne, dont la réputation est universelle, se trouve en tous temps chez Laporte-Martin, Limitée, en caisses ou en paniers, en pintes, chopines ou demiards, sous les étiquettes: Brut, Sec, Très Sec.

La maison attire aussi l'attention de nos lecteurs sur son assortiment, le plus complet qui soit, de conserves canadiennes. En consultant l'annonce que nous publions pour son compte à l'intérieur du dernier couvert de cette édition, nous sommes assurés que tous les commerçants y trouveront leur profit.



## L'EXPOSITION DE PRODUITS AGRICOLES.

Le vent est aux expositions. Après celle de Gand, dont le succès a eu une répercussion mondiale, Toronto, Québec et Sherbrooke, quoique sur des champs plus restreints, ont obtenu des résultats plus que satisfaisants et qui ont rejeté dans l'ombre les calculs même les plus optimistes de ceux qui avaient été chargés des organisations.

A Québec, on a enregistré, malgré la température plutôt inclemente, un record d'assistance.

C'est donc la preuve que la population toute entière du pays reconnaît les avantages qui dérivent de ces expositions.

A la suite des succès retentissants des plus récentes, il nous est donc permis d'en espérer un non moins brillant pour celle de produits alimentaires qui aura lieu à Montréal, du 11 au 18 octobre prochain, dans les spacieuses salles d'exercices du 65<sup>e</sup> régiment. Le seul fait qu'elle sera tenue sous les auspices de la Section d'Épicerie de Montréal, succursale de l'Association des Marchands Détailliers du Canada, Incorporée, est une garantie indiscutable du succès qui l'attend.

Rien n'a été épargné pour en faire la plus grande et la plus belle qui ait encore été tenue à Montréal. Elle sera intéressante et profitable au commerce, du fait que les plus grands manufacturiers et importateurs du pays y exposeront des exhibits où l'on pourra voir et comparer une multitude de nos propres produits que la publicité écrite n'a pas encore fait connaître à leur juste valeur.

D'autre part, les personnes qui prendront part à l'exposition auront l'avantage de lier connaissance avec la plupart des représentants des grandes maisons productrices ou distributrices, avantage sur lequel nous ne saurions trop insister. D'ailleurs, les marchands actifs en reconnaissent toute l'importance.

En plus de l'attrait des exhibits, il y aura encore celui de la grande convention annuelle de la Section de Québec de l'Association des Marchands Détailliers du Canada, Incorporée. A cette convention, dont le programme est plus chargé que jamais, le commerce sera appelé à étudier la plupart des grandes questions qui agitent actuellement l'opinion publique et chacun sera invité à contribuer pour sa part à la solution de ces problèmes dont dépend la stabilité du petit commerce dans notre province.

A l'occasion de l'exposition et de la convention, les compagnies de transport ont consenti certaines réductions de leurs taux habituels en faveur de ceux qui désirent prendre part à l'une ou à l'autre.

Pour s'assurer la faveur des réductions, il suffira de se procurer de son chef de gare local un certificat dit de convention qu'il faudra ensuite faire remplir par le secrétaire de l'Association.

Pour l'avantage de tous, il est à espérer que l'exposition de produits alimentaires de Montréal établira elle aussi un record d'assistance.

A tous ceux qui en feront la demande, nous nous chargeons de fournir tous les renseignements concernant et l'exposition et la convention.

## COMPAGNIES INCORPORÉES.

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

La "Compagnie Nationale de Construction", pour pouvoir construire, entreprendre des constructions de tout genre et faire tous ouvrages d'entrepreneurs généraux dans toutes ses branches et installer toutes sortes de pouvoirs électriques, etc.; pouvoir acheter, vendre, louer de l'électricité; le tout sujet aux règlements municipaux et aux lois de la province, dans les limites des districts de Montréal et Trois-Rivières. Capital-actions, \$49,000, à Montréal.

"Le Bon Marché, Compagnie Limitée," pour faire le commerce de provisions, grains, foin, généralement tous les

produits de la ferme; faire le commerce d'épicerie en gros et en détail. Capital-actions, \$20,000, à St-Sévérin de Proulxville.

"La Compagnie Manufacturière de Shawinigan Falls", pour acheter, vendre, disposer, importer, exporter le bois et le manufacturer et le préparer sous toutes formes, faire le commerce de bois et à cette fin acheter des limites à bois, des scieries, etc. Capital-actions, \$49,000, à Shawinigan Falls.

La "Montreal East End Realty, Limited," pour acquérir, posséder, détenir, louer, vendre des terres, etc. Capital-actions, \$99,000, à Montréal.

"The Arthabaska Motor Car Company, Limited," pour acquérir de toute manière légale, acheter, vendre, louer et échanger tous biens meubles et immeubles, des usines, manufactures et garages, les posséder et exploiter. Capital-actions, \$19,900, à Victoriaville.

La "Montreal Home Land Investment Company", pour acheter, louer, prendre en échange ou acquérir autrement des terres, bâtisses et autre propriété de toute sorte et description; et tout droit et intérêt en icelles et les détenir et posséder soit absolument comme propriétaires ou comme locataires ou autrement. Capital-actions, \$10,000, à Montréal.

## 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:

"Oriental Rug Renovating Company, Limited," pour faire des affaires comme manufacturiers teinturiers, renouveleurs et marchands en lainages, cotonnades, soies, etc. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.

"Richer, Limitée," pour acheter, importer, manufacturer, vendre des souliers, chaussures et tous articles en cuir. Capital-actions, \$50,000, à Montréal.

"Freeholders, Limited," pour acquérir, posséder, vendre, transférer, échanger, louer et détenir autrement toute propriété immobilière et faire des affaires d'agents d'immeubles. Capital-actions, \$100,000, à Montréal.

"Specialties, Limited," pour manufacturer, bâtir, acheter, vendre, louer ou autrement transiger et faire affaires d'importateurs, exportateurs, manufacturiers et marchands de spécialités d'annonces et objets de toute espèce et description servant ou pouvant servir directement ou indirectement à annoncer. Capital-actions, \$200,000, à Montréal.

## METHODES ANCIENNES ET METHODES NOUVELLES.

Il semble que, plus la Science fait de progrès, plus elle a d'occasions de constater que les vieilles méthodes traditionnelles avaient raison d'être, et que, en matière culinaire notamment, les procédés des bonnes femmes étaient appuyés sur des observations parfaitement vraies. C'est ainsi que, depuis des années, on a essayé des produits chimiques les plus divers pour assurer la conservation du beurre; on a recommandé l'acide borique, l'acide salicylique, l'acide benzoïque et toute une série d'autres produits, dont le moindre inconvénient n'est pas de fatiguer l'estomac des consommateurs de beurre. Mais voici que deux savants spécialistes allemands, MM. Fischer et Gruenert, à la suite d'expériences prolongées, ont constaté qu'en somme le meilleur conservateur que l'on puisse employer pour le beurre, c'est tout simplement le sel de cuisine, si l'on veut l'appeler autrement, le chlorure de sodium. Ajoutons que des échantillons contenant 3 pour 100 de ce sel de cuisine, au bout de trois mois, sont encore propres à être consommés; tandis que du beurre traité avec les savants acides dont nous parlions est devenu rance à ce moment.

# Epicerie et Provisions

## LA SITUATION.

Les affaires sont redevenues plus actives dans les maisons de gros à cause des arrivages de la dernière récolte d'Europe. Il y a eu des changements de prix d'une certaine importance. Parmi les légumes de la marque "Soleil" on remarque principalement: Les fèves extra-fines qui se vendent \$9.00 au lieu de \$8.50. Les petits pois très-fins, \$9.50 au lieu de \$10. Petits pois moyens, \$7.00 au lieu de \$7.50. Il n'y a plus de haricots verts moyens en demi-boîtes ni en boîtes.

La Macédoine No 1 extra en demi-boîtes se vend \$11 au lieu de \$12.

La Macédoine No 2 extra, \$9.00. Il n'y a plus de Macédoine No 1 extra en flacons.

La soupe oseille, \$9 au lieu de \$9.50.

La soupe purée de tomates, \$8.50 au lieu de \$9.

La soupe Julienne, \$8 au lieu de \$8.50.

La soupe Cerfeuil, \$9 au lieu de \$9.50.

Asperges en demi-boîtes, \$26 au lieu de \$28.

Il n'y a plus d'asperges, branches géantes, par 50 boîtes.

Branches, grosses, 100 demi-boîtes, \$24.50.

Branches, grosses, 50 boîtes, \$23.50.

Branches extra, 50 boîtes, \$22 au lieu de \$24.

Branches fines en demi-boîtes, \$21 au lieu de \$22.50.

Branches fines, 50 boîtes, \$20 au lieu de \$22.50.

Nous cotons:

## SUCRES

Nous cotons:

Extra granulé, sac, les 100 lbs.	4.50
Extra granulé, ball, 5 x 20, 100 lbs.	4.60
Extra ground, baril les 100 lbs.	4.90
Extra ground, bte 50 lbs. 100 lbs.	5.10
Extra ground, ½ bte 25 lbs., 100 lbs.	5.30
No 1 Yellow, baril les 100 lbs.	4.15
No 1 Yellow, sac les 100 lbs.	4.10
Powdered, baril 100 lbs.	4.70
Powdered, bte 50 lbs. les 100 lbs.	4.90
Paris Lumps, ½ bte 25 lbs. 100 lbs.	5.55
Crystal Diamond, btes 100 lbs.	5.25
Crystal Diamond, ½ bte 50 lbs. les 100 lbs.	5.35
Crystal Diamond, ½ bte 25 lbs. les 100 lbs.	5.55
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	0.36	0.37	0.39
Barbade, tierce et qrt.	0.39	0.40	0.42
Barbade, demi qrt.	0.41	0.42	0.44
Mélasse, fancy, tonne	0.38	0.39	0.41
Mélasse, fancy, tierce et quart.	0.41	0.42	0.44
Mélasse, fancy, demi qrt.	0.43	0.44	0.46

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	28.00
2ème qualité, le quart	27.00

## SAINDOUX

Bonne demande.

2ème qualité, le quart	27.00
Saindoux pur, en tinette	0.15½
Saindoux pur, en seau	3.15
Saindoux pur, cse de 10 lbs.	0.16½
Saindoux pur, cse de 5 lbs.	0.16½
Saindoux pur, cse de 3 lbs.	0.16½

## FARINES ET PATES ALIMENTAIRES

### TAIRES

#### Pâtes alimentaires

Bonne demande.

Nous cotons:

Arrow root, boîte de 7 lbs.	0.15
Farine Five Roses, qrt.	0.00 6.25
Farine Five Roses, sac	0.00 3.25
Farine Household, qrt.	0.00 6.25
Far. "Regal", qrt.	0.00 6.70
Far. patente hongroise, qrt.	0.00 6.40
Farine à pâtis. Océan, qrt.	0.00 5.85
Far. "Regal", sac	0.00 3.20
Far. d'avoine granulée, sac	0.00 2.85
Far. d'avoine standard, sac	0.00 2.85
Farine d'avoine fine, sac	0.00 2.85
Farine d'avoine roulée, brl.	0.00 5.35
Farine d'avoine roulée, sac	0.00 2.50
Farine de sarrasin, sac	0.00 2.75
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.	0.05½ 0.05½
Fécule de pommes de terre, qrts de 1 lb., doz.	0.00 1.35
Vermicelle, macaroni et spaghetti Canadiens btes de 5 lbs., lb.	0.00 0.27½
En vrac	0.00 0.05½
Paquets de 1 lb.	0.00 0.07
Nouilles aux oeufs: Paquets de ½ lb., lb.	0.00 0.07½
Spaghetti, pâtes assorties: alphabets, chiffres, animaux nouilles, coudes, importés en vrac, lb.	0.00 0.07½
En paquets de 1 lb.	0.00 0.08
Tapioca pearl, en sac, la "	0.05 0.05½
Tapioca seed, en sac, la "	0.05½ 0.06
Sagou "	0.05½ 0.06

## FROMAGES CANADIENS

Bonne demande.

Les fromages petits et gros se vendent aux épiciers 13½c et 14c la livre.

Poisson salé.

Morue salée, No 1	0.14½	0.15
-------------------	-------	------

## VINAIGRE

Nous cotons, prix nets:

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

## THES

La demande s'est améliorée; il s'est fait des ventes assez importantes dans les théés de toutes provenances.

## EPICES PURES, GRAINES ET SEL

Bonne demande courante.

Nous cotons:

Allspice, moulu	lb.	0.00	0.18
-----------------	-----	------	------

Anis	"	0.08	0.09
Canary Seed	"	0.09	0.10
Cannelle, moulue	"	0.00	0.25
Cannelle en mattes	"	0.18	0.22
Clous de girofle moulus	"	0.00	0.30
Chicorée canadienne	"	0.12	0.13
Clous de girofle entiers	"	0.25	0.27
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	0.04
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 moulue	"	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			1.35
Sel fin en ¼ de sac		0.00	0.45
Sel fin, quart, 3 lbs.		0.00	3.25
Sel fin, quart, 5 lbs.		0.00	3.15
Sel fin, quart, 7 lbs.		0.00	3.05
Sel fin, en quart de 280 lbs.			
Ordinary fine		0.00	1.80
Fine		0.00	2.05
Dairy		0.00	2.15
Cheese		0.00	2.45
Gros sel, sac		0.65	0.80

## ORGE

Légumes secs.

Nous cotons:

Orge mondé (pot), sac	0.00	2.90
Orge mondé (pot), baril	0.00	6.10
Fèves de Lima de Cal., lb.	0.07	0.07½
Orge mondé (pearl), sac	0.00	4.85
Fèves blanches, Can., lb.	0.03	0.03½
Fèves jaunes	minot	2.00 2.10
Lentilles rouges, par sac, lb.	0.05	0.06
Lentilles vertes, par sac, lb.	0.06	0.07
Pois Verts, No 1	lb.	0.04½ 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	3.35
Qualité C, sac 100 lbs.		0.00	3.25
Sparkle		0.00	5.10
India Bright (sac de 100 lbs)		0.00	3.50
Lustre		0.00	3.60
Polished Patna		0.00	4.40
Pearl Patna		0.00	4.60
Imperial Glacé Patna		0.00	4.90
Crystal Japan		0.00	5.10
Snow Japan		0.00	5.30
Ice Drips Japan		0.00	5.45

## FRUITS SECS

Assez bonne demande.

Nous cotons:		Champignons hôtel, boîte	0.13½	0.14½	doz.	1.15	1.20				
Dattes et figues:		Champignons, 1er choix	0.20	0.21	Harengs marines, imp.	1.45	1.65				
Dattes en vrac	1 lb.	0.00	0.05	Champignons, choix, btes	0.17	0.18	Harengs aux Tom., imp.	1.45	1.40		
Dattes en pqt de	1 lb.	0.06½	0.07	Choux de Bruxelles imp.	0.17	0.18	Harengs kippered, imp.	1.50	1.70		
Figues sèches en boîtes,		Choux-fleurs	2 lbs.	0.00	1.65	Harengs canadiens kippered	0.95	1.00			
3 couronnes	lb.	0.09½	0.10½	Citrouilles	3 lbs.	0.00	0.82½	Harengs canadiens, sauce	0.95	1.00	
7 couronnes	lb.	0.13½	0.14	Citrouilles	gal.	2.52½	2.55	tomates	0.95	1.00	
5 couronnes	lb.	0.11½	0.12	Epinards	gal.	0.00	5.30	Homards, bte h., 1 lb.	6.10	6.20	
6 couronnes	lb.	0.13	0.13½	Epinards	2 lbs.	0.00	1.25	Homards, bte plate, ½ lb.	3.05	3.10	
9 couronnes	lb.	0.14½	0.15	Epinards	3 lbs.	0.00	1.75	Homards, bte plate, 1 lb.	6.40	6.50	
16 onces	bte	0.11½	0.12½	Epinards imp.	bte	0.12	0.13	Huitres (solid meat), 5 oz.	doz.	0.00	1.40
10 onces	bte	0.07½	0.08	Fèves Golden Wax,	2 lbs.	0.82½	0.85	Huitres (solid meat), 10 oz.,	doz.	0.00	2.00
Raisins de Corinthe.		Fèves Vertes	2 lbs.	0.82½	0.85	Huitres	1 lb.	0.00	1.50		
Corinthe Filiatras, en vrac		Fèves de Lima	2 lbs.	0.00	1.35	Huitres	2 lb.	0.00	2.45		
Corinthe Filiatras en cartons	1 lb.	Flageolets importés	bte	0.13½	0.15	Maquereau, tin 1 lb., la doz.		0.00	1.45		
Raisins de Malaga.	Lb.	Haricots verts imp.	bte	0.13	0.17	Morue No 2	lb.	(manque)			
Rideau	bte	Macédoine de légumes, bte		0.10	0.16	Morue grosse en quart lb.	(manque)				
Balmoral	bte	Marinades en seau, 5 gal.		0.00	2.25	Royans aux truffes et aux		0.17	0.18		
Orléans	bte	Petits pois imp. moyens bte		0.11	0.11½	achards	bte	0.17	0.18		
Royal Excelsior	bte	Petits pois imp. mi-fins bte		0.11	0.12	Sardines can. ½ bte, cse		2.75	3.00		
Raisins Sultana.		Petits pois imp., fins, bte		0.16	0.17	Sardines françaises, ½ btes		0.16½	0.31		
En vrac		Petits pois imp. ext. fins, bte		0.17	0.18	Sardines françaises, ¼ btes		0.22	0.50		
Cartons, 1 lb.		Petits pois imp., surfins, bte (manquant)		0.80	0.82½	Sardines Norvège, ½ bte		7.50	11.00		
Raisins de Valence.		Pois Can. English Garden		0.80	0.82½	Sardines Norvège, ¼ bte		17.00	18.00		
Valence fine off Stalk, btes		Pois Can. Early June		0.82½	0.85	Sardines Norvège, ¼ bte		17.00	18.00		
de 28 lbs.		Pois Can. Ext. Fine Sifted		0.00	1.27½	Sardines Norvège, ¼ bte		17.00	18.00		
Valence Selected, btes de		Succotash	2 lbs.	0.00	1.15	Sardines Royan à l'huile, ¼		0.40	0.42		
28 lbs.		Tomates P. S. I., 3 lbs.		0.00	1.60	Sardines sans arêtes		0.23	0.24		
Valence Layers, 4 cour.,		Tomates P. S. I., 3 lbs. non		0.00	0.00	Saumon Labrador 100 lbs.		0.00	8.50		
btes de 28 lbs.		livrées		0.00	0.00	Saumon Cohoes, Fraser		0.00	1.90		
Raisins de Californie.		Tomates, 3 lbs., doz.		1.35	1.4.	River, 1 lb.		0.00	1.90		
Epépinés, paq. 1 lb., fancy		Tomates, gall.		4.00	4.02½	Saumon rouge					
Epépinés, paq. 1 lb., choix		Truffes, ½ boîte		5.00	5.40	Horse Shoe et Clover Leaf,					
Noix et Amandes.				1½ lb.	0.00	boîte basse, ½ lb.	doz.	1.50	1.52½		
Amandes Tarragonc		Ananas importés	2½ lbs.	0.00	2.40	Horse Shoe et Clover Leaf,					
Amandes Valence écalées		Ananas entiers (Can.)	3 lb.	0.00	2.45	boîte basse, 1 lb.	doz.	2.65	2.67½		
Avelines		Ananas tranchés (Can.)	2 lb.	0.00	1.90	Saumon rouge Sockeye					
Noix de Grenoble Mayette		Ananas râpés (emp. Can.)	2 lbs.	0.00	1.45	(Rivers' Inlet), bte hau-					
Noix Marbot		Bluets Standard	doz.	0.00	1.25	te, 1 lb.	doz.	(manque)			
Noix de Bordeaux écalées		Cerises rouges sans noyau,	2 lbs.	1.90	1.92½	Saumon rouge du printemps,					
Noix du Brésil		Fraises, sirop épais, 2 lbs.		1.90	1.92½	bte haute, 1 lb.	doz.	0.00	2.35		
Noix de coco râpées, à la lb.		Framboises, sirop épais,	2 lbs.	1.90	1.92½	Saumon Humpback, 1 lb.					
Noix Pécan polies		Gadelles rouges, sirop épais,	2 lbs.	0.00	1.90	doz.	0.00	0.95			
Noix Pécan cassées		Gadelles noires, sirop épais,	2 lbs.	0.00	1.90	Truite des mers 100 lbs.		0.00	7.00		
Peanuts non rôties, Sun		Groseilles, sirop épais,	2 lbs.	0.00	1.75	<b>HARENGS DU LABRADOR</b>					
Peanuts non rôties, Bon Ton		Marinades can. 1 gal.	gal.	0.00	0.80	Quarts		5.25			
Peanuts non rôties, Coon		Olives, 1 gal.	gal.	1.27½	1.70	¼ quart		3.00			
Peanuts rôties, Coon		Pêches jaunes	2 lbs.	0.00	1.50	<b>FROMAGES IMPORTES</b>					
Peanuts rôties, G.		Pêches	3 lbs.	0.00	2.25	Bonne demande.					
Peanuts non rôties, G.		Poires (Bartlett)	2 lbs.	1.75	1.77½	On cote le fromage de Gruyère:					
Peanuts rôties, Sun		Poires	3 lbs.	2.35	2.37½	Fromage entier de 26½ lbs. ou de 80					
Peanuts rôties, Bon Ton		Pommes	3 lbs.	0.00	1.10	lbs., 28c à 30c la livre.					
Pruneaux 30/40		Mûres, sirop épais	2 lbs.	0.00	1.90	En quantité moindre, 28c la livre.					
Pruneaux 40/50		Pommes Standard	gal.	2.52½	2.55	Le fromage de Roquefort se vend de					
Pruneaux 50/60		Prunes Damson, sirop épais,	2 lbs.	1.10	1.15	32c à 33c la lb. et le Limbourg, 24c la					
Pruneaux 60/70		Prunes Lombard, sirop épais,	2 lbs.	0.00	1.02½	livre.					
Pruneaux 70/80		Prunes de Californie, 2½ lb.		0.00	2.74	On cote encore:					
Pruneaux 80/90		Prunes Greengage, sirop	2 lbs.	0.00	1.30	Gorgonzola	lb.	0.25			
Pruneaux 90/100		Rhubarbe Preserved,	2 lbs.	0.00	1.50	Edam	"	0.24			
Fruits évaporés.		Cerises blanches	doz.	0.00	2.25	<b>PRODUITS CHIMIQUES ET</b>					
Abricots, boîte 25 lbs.		Cerises noires	doz.	0.00	2.40	<b>DROGUES</b>					
Nectarines		Framboises	doz.	0.00	2.40	Nous cotons:					
Pêches, boîte 25 lbs.		Mûres	doz.	0.00	2.40	Acide borique, brls de 336 lbs., lb.					
Poires, boîte 25 lbs.		Gadelles rouges	doz.	0.00	2.40	Alun, barils de 336 lbs.					
Pommes tranchées, évapo-		<b>Conserves de poissons</b>				Alun, barils de 112 lbs.					
rées, btes de 50 lbs.		Très bonne demande.				Arcanson, lb.					
Pelures de fruits.		Nous cotons:				Blanc de céruse, brls de 336 lbs.					
Citron		Anchois à l'huile (suivant				Bois de campêche, pqt de ½ lb.					
Citronelle		format)	doz.	1.60	1.50	100 lbs.					
Orange		Caviar	½ lb. doz.	5.15	5.25	Borax en cristaux, brls de 336					
<b>CONSERVES ALIMENTAIRES</b>		Crabes	1 lb. doz.	3.75	3.00	lbs.					
<b>Conserves de Légumes</b>		Crevettes en saumure, 1 lb.		0.00	1.60	Boules à mites					
Très bonne demande.		Crevettes sans saumure, 1 lb.		0.00	1.80	Camomille					
Nous cotons:		Finnan Haddies	doz.	1.35	1.40	Campêche (Extrait de):					
Asperges (Pointes), 2 lbs.		Harengs frais, importés,				boîtes de 12 lbs.					
Asperges entières can., 2 lbs.						btes 24 lbs., pqt 1 lb.					
Asperges Californie, 2½ lbs.						Camphre, la livre					
Épinards	2 lbs.					Carbonate d'ammoniaque,					
Betteraves tranchées, 3 lbs.						brls 112 lbs., 4 lbs.					
Blé d'Inde	2 lbs.					Cire blanche					
Blé d'Inde en épis, gal.						Conopose, brls 370 lbs.					
Catsup, bte 2 lbs.	doz.					Crème de tartre					
Catsup au gal.	doz.					Gélatine rouge en feuilles					

Gelatine blanche en feuilles "	0.35	
Gelatine Knox en feuil., doz.	1.25	1.30
Gomme arabique lb.	0.15	0.16
Houblon presse, 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 "	0.03½	0.05
Résine G., suiv. quant. "	0.02½	0.03½
Salpêtre en cristaux, brls 112 lbs.	0.05	0.00
Sel à Médecine	0.01	0.02
Sel d'Epsom sac 224 lb., "	0.01½	0.03
Soda à pate, 112 lbs.	0.00	2.00
Soda à laver:		
Sacs 224 lbs., 100 lbs.	0.75	0.80
Soude caustique en mor. lb.	0.00	0.02½
Soufre en bâtons, brls 336 lbs.	0.01½	0.03
Soufre moulu sacs 112 lb.	1.65	1.70
Tourteaux de lin moulu, sac	1.60	1.70
Vitriol, brls	0.06½	0.07

### BOUGIES, CIERGES ET HUILES DE SANCTUAIRE

#### Nous cotons:

B. Paraffine en vrac, boîte de 40 lbs.:		
6 à la lb.	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	
Eringles 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	"	0.60
Cheminées (climax) No 1	"	0.45
Cheminées (climax) No 0	"	0.45
Cheminées (Bonanza) No 2	"	0.95
Cheminées (Bonanza) No 1	"	0.75

### SAVON DE CASTILLE

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

### GRAISSE A ROUES

#### On cote:

Graisse Impérial, en lots de grosse	doz.	0.57½
Caisse de 4 doz.	"	0.00
Graisse au mica,		
Boîtes de 1 lb. (par 3 doz.)		
doz.	0.90	0.95
Boîtes de 3 lbs. (par doz.)	doz.	2.25

### HUILE D'OLIVE

#### Nous cotons:

Huile Loublon:		
Pintes	0.00	2.25
Chopines	0.00	1.20
½ chopines	0.00	0.60
L'huile d'olive Barton et Guestier est cotée:		
Qrts	7.75	8.00
Pts	4.37½	4.50
½ pts	2.45	2.50

### HUILE DE CASTOR

#### Nous cotons:

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

### HUILE DE FOIE DE MORUE

#### Nous cotons: \$1.75 à \$2.00.

Bouteilles carrées de 16 onces, \$3.75 la douzaine; chopines, \$2.40 la douzaine; ½ chopines, \$1.75 la douzaine.

### HUILE DE COTON

#### Nous cotons:

Au baril	1.25	1.40
----------	------	------

### 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	"	10.20
Jaune No 1	"	6.72
Jaune No 2	"	14.40

### BALAIS

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

### HUILE DE PETROLE

#### Nous cotons:

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

### GRAINS ET FARINES

#### Marché de Chicago

En raison des rumeurs relatives au fait que la France sera sans doute obligée d'acheter de fortes quantités de blé des Etats-Unis, une hausse assez forte s'est accusée au marché du blé, ces jours derniers. La hausse a été de 5/8c à 7/8c. Le maïs a gagné de 1/4c à 15/8c; l'avoine, de 5/8c à 1c.

D'après les câblogrammes reçus d'Europe, la récolte des grains, particulièrement en France, sera inférieure à celle de l'an dernier; les conditions atmosphériques n'ont pas été favorables au temps des semailles, en Angleterre.

#### Marché de Montréal Grains

Le blé de printemps de la nouvelle récolte du Manitoba a été plus recherché que d'habitude, au début de la semaine, par les acheteurs étrangers, pour livraison en octobre-novembre, mais les différences de prix offerts et demandés étant

trop fortes, il n'y a pas eu d'affaires. La demande pour l'orge continue à être assez bonne; des ventes de plusieurs chargements, pour livraison prochaine, ont été effectuées, mais les offres pour l'avoine étaient au-dessous de ce que les exportateurs étaient disposés à accepter. Le marché local pour les autres grains était calme et la demande est encore limitée.

#### Nous cotons:

Avoine C.W. No 2	0.00	0.40½
Avoine C.W. No 1 Ext. Fd	0.00	0.40
Avoine C.W. No 3	0.00	0.30½
Avoine Qué. et Ont. No 2	0.37½	0.38
Avoine Qué. et Ont. No 3	0.36½	0.37
Avoine Qué. et Ont. No 4	manque	
Sarrasin (48 lbs.)	manque	
Blé-d'Inde séché au four	0.00	0.90
Blé-d'Inde jaune No 3	0.85	0.88
(Blé-d'Inde nouveau.)		
Orge moulée	0.52	0.54

#### Marché de Montréal

#### Farines

Il n'y a pas eu de changement notable au marché local; la demande porte surtout sur de petits lots pour satisfaire aux besoins quotidiens; le marché est par suite calme; le ton reste cependant soutenu, les prix sont inchangés; les premières patentes se vendent à \$5.60, les secondes à \$5.10 par baril, en barils. La farine de blé d'hiver est calme et inchangée, de \$5.25 à \$5.50 pour patentes de choix et de \$5.00 à \$5.10 pour les straight rollers, le baril, en barils.

#### Issues de blé et avoine roulée.

La demande pour toutes les spécialités d'issues de blé continue à être forte à la fois de la part des acheteurs locaux et de la compagnie et comme les approvisionnements sont quelque peu limités, le ton du marché est très ferme; le son se vend à \$21, les shorts à \$23, les middlings à \$26 la tonne, sacs compris. La demande pour les moulées est bonne, de \$30 à \$32 la tonne pour les qualités pur grain et de \$27 à \$29 pour le mélange.

Pas de changement pour l'avoine roulée; la demande est assez bonne, les prix sont fermes à \$4.75 le baril, en barils, et \$2.25 le sac.

#### Nous cotons:

#### Patentes du printemps:

Roya Household	2 sacs	5.60
----------------	--------	------

#### Conserves de fruits

#### Bonne demande.

#### Par doz., groupe No 1 No 2

Ananas coupés en dés,		
Five Roses	2 sacs	5.60
Glenora	2 sacs	5.10
Harvest Queen	2 sacs	5.10

#### Fortes 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:

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**

Les affaires sont assez actives et comme les arrivages ne sont pas considérables, le ton est très ferme: le foin No 1 se vend de \$14 à \$14.50, le très bon No 2 de \$13 à \$13.50, le No 2 de \$12 à \$12.50 la tonne en lots de wagon, ex-voie.

Nous cotons:  
 Foin No 1, pour livraison immédiate \$13.00 \$13.50  
 Très bon, No 2 12.00 12.50  
 No 2 10.00 10.50  
 la tonne, en lots de wagon ex-voie.  
 Marché facile sur place.

**BEURRE**  
**Marché anglais**

MM. Mills & Sparrow nous écrivent de Londres à la date du 22 août:

"Le principal fait à noter depuis notre dernier rapport, c'est que le temps continue à être très sec dans tout le pays et comme les conditions sont semblables en France et dans les autres pays du continent, l'approvisionnement de production courante domine; les qualités de choix se maintiennent de plus en plus fermement à leurs prix et on s'attend généralement à une hausse.

Il y a une si grande quantité de beurres de qualités secondaires dans les entrepôts frigorifiques que jusqu'ici les prix ne se sont pas élevés pour ces beurres, mais si la présente sécheresse se poursuit, la hausse sera générale.

**Australien et Néo-Zélandais.** — Il y a si peu d'arrivages de beurres pouvant être qualifiés de "premier choix" que les cotes sont plus ou moins nominales. Pour tout ce qui est au-dessous du 1er choix, le marché est calme.

Arrivages des colonies cette semaine: Par le vapeur "Durham", 950 boîtes d'Australien; par le vapeur "Geelong", 650 boîtes d'Australien.

**Danois.** — Pas de changement dans les prix, mais le marché est plus ferme.

**Français.** — Les prix sont les mêmes; le ton est plus ferme pour les qualités de choix.

**Irlandais.** — Le marché s'améliore et les cotes s'élèvent.

**Sibérien.** — La valeur des qualités de 1er choix s'améliore graduellement; le volume des arrivages est bien moins considérable; les arrivages à Londres, cette semaine, comprennent environ 18,000 barriques.

Nous cotons:

Danois:—			
1er Choix	120/o	122/o	
Sibérien:—			
1er Choix	98/o	100/o	102/o
Bon à choix	92/o	96/o	
Confiserie	86/o	90/o	
Français:—			
1er Choix	110/o	114/o	
Bon à choix	96/o	102/o	
Confiserie	88/o	92/o	
Irlandais:—			
Crèmerie, salé	108/o	110/o	
Crèmerie, sans sel	108/o	112/o	
Manufacture	90/o	100/o	
Victorien:—			
1er Choix, salé			Liquidé
Choix, salé	102/o	106/o	
Bon, salé	96/o	98/o	
1er Choix, sans sel			Liquidé
Bon à choix, sans sel	102/o	106/o	
Nouvelles Galles du Sud:—			
1er Choix, salé	108/o	110/o	
Choix, salé	102/o	104/o	
Bon, salé	96/o	100/o	
1er Choix, sans sel	108/o	110/o	

Choix, sans sel	102/o	106/o
Queensland:—		
1er Choix, salé	104/o	108/o
Choix, salé	100/o	102/o
Bon, salé	96/o	98/o
1er Choix, sans sel	106/o	108/o
Choix, sans sel	98/o	100/o
Nouvelle-Zélande		Liquidé

**HALLE AU BEURRE ET FROMAGE DE TEMISCOUATA.**

Vente tenue à Trois-Pistoles, le mardi 4 août 1913: — 800 boîtes de beurre vendues à A. A. Ayer & Co., à raison de 23¼ cents la livre.

**FROMAGE.**

**Marché de Montréal**

Le marché est soutenu, les prix paraissent vouloir s'élever un peu. Le temps est sec en Angleterre, ce qui diminue la production de fromage anglais. Les prix

du beurre au Canada ont baissé considérablement et dans plusieurs manufactures on s'occupe maintenant de vendre du fromage, au lieu du beurre; on pense que ceci va améliorer l'approvisionnement de fromage canadien pour l'automne.

Nous cotons:

Canadien:—		
1er Choix, blanc	64/o	65/o
	jusqu'à	66/o
1er Choix, coloré	65/o	66/o
Choix, blanc et coloré	63/o	64/o
Nouvelle Zélande:—		
Blanc	66/o	66/o
Coloré	65/o	66/o

**Prix vendants aux épiciers**

Fromage fort, blanc, à la meule	17c
au morceau	18c
Fromage de Gruyère	27c à 28c
Fromage Oka	23c

**BONNE OCCASION**

A vendre 10 lots très bien situés à Notre-Dame de Grâce, — à proximité des tramways de la rue Sherbrooke — Vendra en block ou séparément.

S'adresser à "B". Le Prix Courant 80 rue St-Denis Tel. Bell Est 1185.

**BON COMMIS DEMANDÉ**

On demande un bon commis épicier, très familier avec les langues française et anglaise et pouvant fournir de bonnes recommandations. Un bon salaire est assuré à un homme compétent.

S'adresser au bureau du "Prix Courant".

**Si nos lois contre les Falsifications Alimentaires prohibaient l'usage des Thés colorés ou adultérés, les**

**THÉS DU JAPON**

**contrôleraient pratiquement tout le commerce des thés verts en ce pays.**

## Table Alphabétique des Annonces

Amatite Roofing .....	44	Dalton Adding Machine Co. ....	5	Lacaille, Gendreau & Cie..	14	Prévoyants du Canada, (Les)	30
Assurance Mont-Royal....	31	Davis S. & Sons Ltd. ....	62	Laporte, Martin & Cie,		Prevost & Bédard.....	32
Baker & Co. (Walter).....	14	Desmarteau Alex. ....	33	Limitée.....	Couvert	Quebec Steamship.....	34
Banque de Montréal.....	34	Dom. Cannery Co., Ltd....	3	La Prévoyance.....	31	Rich. & Ont. Nav. Co.....	32
Banque d'Hochelega.....	34	Dom. Cartridge Co. ....	40	La Sauvegarde.....	30	Rolland & Fils, J. B.....	32
Banque Nationale.....	34	Douglas J.M.&Co Couvert et	53	Leslie & Co., A. C.....	38	Seagram, Jos. E. ....	53
Banque Molson.....	34	Ecole Commerciale Pratique	11	Liverpool & London & Globe	30	Simonds Canada Saw Co...	46
Banque Provinciale.....	34	Estahart & Evans.....	30	Lufkin Rule Co .....	46	Smith Harold E .....	9
Bélanger & Bélanger .....	32	Ewing, S. H. & Sons.....	51	Marion & Marion.....	32	Société des Eaux Purgati-	
Bell Téléphone Co.....	15	Federal Life Assurance Co.	30	Martin-Senour .....	42	ves Riga .....	33
Bowser, S. F. & Co.....	6	Fontaine Henri.....	32	Mathieu (Cie J. L.).....	11	Stanley Rule & Level....	40
Bright Light Co .....	33	Fortier Joseph.....	32	Mathews-Laing Co.....	9	St. Lawrence Sugar Co. ...	11
British Colonial Fire Ass...	31	Gagnon, P.-A.....	32	Maxwell & Sons (David) ..	40	Sun Life of Canada.....	31
Brodie & Harvie.....	14	Garand, Terroux & Cie....	32	McArthur, A .....	38	Taylor Forbes Co. Ltd.....	43
Canada Starch Co. Ltd....	4	Gendron Mfg. Co.....	44	Metropolitan Life Ins. Co..	30	Thés du Japon.....	28
Canada Life Assurance Co..	31	Genin, Trudeau & Cie.....	62	McGill Cutlery Co.....	46	Thompson & Norris Co. ...	29
Canada Paint.....	41	Gillett Co. Ltd., [E. W.]	16	McLaren & Co. (D.K.) ...	38	Tippet & Co., A. P. ....	9
Can. Fairbanks Morse Co..	8	Gonthier & Midgley .....	32	Molson Bros.....	48	Union Mutual.....	31
Canadian Poster Co.....	7	Grand Trunk Railway .....	38	Montbriand, L. R .....	32	United Shoe Machinery Co.	
Canadian Salt Co.....	9	Greening Wire Co.....	40	Montreal-Canada Ass. Co..	31	Ltd .....	37
Can. Shredded Wheat Co..	10	Gunn, Langlois & Cie.....	8	Montreal Dairy Co.....	12	Upton & Co. (The T.) ....	14
Cane Wm. & Sons Co. Ltd..	5	Hamilton Cotton Co.....	47	Mooney Biscuit Mfg. Co.	14	Walker Hiram .....	59
Chaput L. Fils & Cie.....	13	Hébert L. H. & Cie.....	45	Morrow Screw, Ltd., The		Western Ass. Co.....	30
Church & Dwight.....	10	Hotel New Victoria.....	32	John .....	47	Wilks & Burnett .....	32
Cie d'Assurance Mutuelle		Houde, B. Co., Ltd.....	58	Mott, John P. & Co.....	15	Wilson Lawrence A. Co.Ltd	51
du Commerce.....	31	Hutton Jas.....	38	National Breweries... Couvert		Wiser J. P. & Sons Ltd....	51
Clark, Wm.....	15	Imperial Tobacco Co .....	60	Nova Scotia Steel Co .....	34		
Connors, Bros.....	16	Jonas & Co., Henri Couverture	2	O'Shea J. P .....	38		
Cottam Bart.....	32			Prêt Immobilier Limitée...	15		
Couillard Auguste .....	32						
our du Banc du Roi.....	33						

## Pour Emballage Rapide, et Economie d'Espace

Employez les Boîtes Cellulaires Pliantes en Planche T. et N. pour Expédition.

Si vous payez des frais d'expédition sur les marchandises que vous livrez, pourquoi ne pas économiser en employant les Boîtes Cellulaires pliantes en planche T. et N. pour expédition ? Si vos clients paient, pourquoi ne pas vous les attacher en économisant moitié du poids sur la boîte d'emballage ?

Ces boîtes sont solides, résistent aux chocs de l'expédition de marchandises, sont rapidement et aisément arrangées sans clous ou fil de fer. Elles arrivent "toutes prêtes" et par suite prennent le moins de place possible dans votre magasin d'expédition. Elles sont meilleur marché aussi que les boîtes en bois. Elles valent la peine d'être examinées. Faites-nous savoir vos besoins. Remplissez le coupon ci-dessous et envoyez-nous-le aujourd'hui.

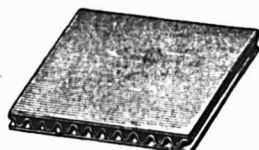


Planche cellulaire à double surface ridée Fabriquée par le procédé spécial T. et N.



### The Thompson & Norris Co. of Canada, Limited

NIAGARA FALLS, Ont.

Brooklyn, N.Y.      Boston, Mass.      Brookville, Ind.  
Londres, Angleterre.      Jülich, Allemagne.

The THOMPSON & NORRIS Co. of Canada, Limited, Niagara Falls, Ont.  
Envoyez des détails.

Nom .....

C.G.      Adresse.....

**METROPOLITAN**

Life Assurance Co'y

:-: of New-York :-:

(Compagnie à Fonds Social)

Actif..... \$397,965,341.31

Polices en vigueur au 31 décembre 1912..... 12,837,042.

En 1912, la compagnie a émis au Canada des polices pour..... 32,185,993

Elle a déposé entre les mains du Gouvernement Canadien et de fidéicommissaires canadiens, exclusivement pour les Canadiens, environ ..... \$16,000,000.

Il y a plus de 52,000 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. MEINLE, Gérant-Général.

C. C. FOSTER, Secrétaire.

Succursale de Montréal:

61 RUE ST-PIERRE.

ROBT. BICKERDIKE, Gérant

**THE FEDERAL LIFE ASSURANCE CO.**

BUREAU-CHEF: HAMILTON CAN.

CHIFFRES D'AFFAIRES 1912

ACTIF AUGMENTÉ DE ..... \$440,648.30  
SURPLUS RÉALISÉ ..... \$107,050.90  
ASSURANCE EN VIGUEUR ..... \$25,555,267.00C. L. SWEENEY, Gérant Provincial  
Montréal, Québec.

Téléphone: Main 553

**ESINHART & EVANS**

Courtiers d'Assurance

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

Agents principaux pour:

The Scottish Union & National Ins. Co.  
d'Édimbourg.German American Insurance Co.  
de New-York.Bureau: EDIFICE LAKE of the WOODS  
39 rue St-Sacrement,  
MONTREAL**Assurances****LES INCENDIES DANS LES VILLES.**

Le Commissaire des Incendies Charles H. Cole, de Boston, énumère les améliorations suivantes qu'il serait urgent de faire dans les grandes villes pour prévenir les incendies:

On ne devrait plus permettre la construction de toits en bois dans les villes.

Dans toutes les maisons où il y a plus d'une famille, toutes les constructions en-dessous du premier étage devraient être à l'épreuve du feu.

Dans toutes les maisons de rapport, le premier étage et le soubassement devraient être indépendants.

Tous les édifices d'au moins cinq étages devraient être à l'épreuve du feu.

Les escaliers de sauvetage devraient s'élever jusqu'aux toits, quand le Commissaire des Incendies le juge nécessaire.

Tous les châssis voisins des escaliers de sauvetage devraient être au niveau de la plateforme de l'escalier de sauvetage, ou bien l'on devrait installer des degrés permanents de façon à faciliter l'accès des locataires aux escaliers de sauvetage.

Toutes les enseignes posées sur les édifices devraient être soumises à l'approbation du Service des Incendies.

Quand on fait des réparations ou des surélévations à des constructions de troisième ordre, la hauteur de l'édifice ne devrait pas être augmentée de plus de 10 pour cent.

Le Commissaire des Incendies devrait être membre du Bureau des Appels.

Le Comité des Ecoles devrait être prié de créer un cours pour la prévention des incendies dans les écoles; ce cours durerait quinze minutes chaque semaine. Ceci se fait déjà dans plusieurs villes.

Dans les édifices de deuxième et de troisième ordre on ne devrait pas garder des chevaux au-dessus du premier étage, à moins qu'il n'y ait deux issues.

La vente de la mine à poêles, contenant de la benzine, de la gazoline, du pétrole ou des fluides inflammables devrait être prohibée.

Quand il se produit des feux de cheminée, en raison de la défectuosité des dites cheminées, les propriétaires des édifices devraient être passibles d'une amende raisonnable; le montant de cette amende serait versé au Fonds de Secours des Pompiers.

On devrait considérer comme délit la négligence occasionnant des incendies et la punir comme tel.

Dans tous les théâtres il devrait y avoir une boîte d'appel d'alarme sur la scène.

Dans tous les édifices, autres que les maisons d'habitation ordinaires, il de-

**ASSUREZ-VOUS**

DANS

**LA SAUVEGARDE**

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

Siège Social: 7 Place d'Armes

MONTREAL

Succursale au Canada, Bureau Chef à Montréal  
DIRECTEURSSir Alexandre Lacoste, M. Chevalier, Ecr., William  
Molson Macpherson, Ecr., T. J. Drummond Ecr.J. Gardner Thompson, Gérant.  
J. W. Binnie, Assistant-Gérant.**Les Prévoyants du Canada**

Assurance Fonds de Pension

**CAPITAL AUTORISÉ \$500,000**

Achetez des Parts des Prévoyants:

Parce que c'est un placement sans pareil.

Parce que c'est avec la plus petite prime, la plus grosse rente;

Parce que c'est la seule compagnie à "Fonds Social" faisant une spécialité du Fonds de Pension.

Total de l'actif du Fonds de Pension seulement: \$347,472.92.

Bureau à Montréal:

**Chambre 22,  
Edifice "La Patrie"**

Bureau - Chef,

**85, rue Dalhousie,  
QUEBEC.**

**Union Mutual Life Insurance Company, de Portland, MAINE**

**FRED. E. RICHARDS, Président.**

Valeur acceptée de Garanties Canadiennes, détenues par le Gouvernement Fédéral pour la protection des Porteurs de Police, \$1,206,576.

Toutes les polices émises avec Dividendes Annuels sur paiement de la prime annuelle de deuxième année.

Ouverture exceptionnelle pour Agents dans la Province de Québec et l'Est d'Ontario. S'adresser à

**WALTER I. JOSEPH, Gérant.**

151 rue St-Jacques, **MONTREAL.**

vrait y avoir des extincteurs, soit automatiques, soit fonctionnant à la main, qu'on pourrait faire agir de l'extérieur.

Tous les édifices devraient être distants d'au moins dix pieds, à moins que toutes les ouvertures dans les murs, à moins de dix pieds d'un autre mur, soient protégés par des toiles métalliques, etc. On ne devrait autoriser que la vente des allumettes de sûreté.

**LES COMPAGNIES D'ASSURANCES NON LICENCIÉES.**

Le nombre des gens qui achètent de l'assurance dans des compagnies non-licenciées est remarquable. Par le temps qui court, on compte dans Ontario \$83,000,000, dans Québec \$64,000,000 d'assurances de ce genre; dans tout le Canada, \$198,000,000. C'est du moins ce qui est enregistré et il y a un volume énorme d'assurances de ce genre qui n'a pas été rapporté. Il y a de quoi se demander si les gens d'affaires font preuve d'autant de discernement et de réflexion quand il s'agit de la question des assurances que lorsqu'il leur faut acheter du papier d'emballage ou de la ficelle.

D'après la section 139 de l'Acte des Assurances, 1910, on peut s'assurer dans ces compagnies qui n'ont pas de permis: "A condition que cette assurance soit

Une Police dans la **CANADA LIFE**

Devient une source de revenu.

Police No. 35,407 Montant \$5,000

Age d'admission 35.

Vie 20 versements Date, 30 avril 1884

Total des primes payées	\$3,140.
Profits payés en espèces durant la période de paiement des primes.	\$729.10
Profits payés en espèces en 1905	143.90
Profits payés en espèces en 1910	198.00

\$3,140.00 \$1,071.00

Coût exact jusqu'en 1910 - - 2,069.00

Remarque que depuis 1905, sans avoir eu à payer d'autres primes, la police a donné un revenu progressif.

**CANADA LIFE ASSURANCE CO**

Bureau Chef - **TORONTO, Ont**

**COMPAGNIE MONTREAL - CANADA**

D'ASSURANCE CONTRE L'INCENDIE

Fondée en 1859

Téléphone Bell Main 5381

Actif.....	\$557,885.95
Réserve.....	\$193,071.
Autres Valeurs passives.....	20,68

\$213,759.19

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

Bureau - Chef :

No Rue St-Jacques, MONTREAL.

Ferd. Pagé, Gérant Provincial

**La Compagnie d'Assurance MUTUELLE DU COMMERCE**

Contre l'Incendie

Actif excédant - - - \$650,000.00

DEPOT AU GOUVERNEMENT en conformité avec la nouvelle Loi des Assurances de Québec, 8 Edouard VII Chap. 69. Bureau-Chef: 151 rue Girouard St-Hyacinthe

**Sun Life of Canada**

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

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

**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 1628

**L'ASSURANCE MONT-ROYAL**

(Compagnie Indépendante (Incendie))

Bureaux: 74 rue Notre-Dame Ouest

Coin St-François-Xavier MONTREAL

RÔDOLPHE FORGET, Président.

J. E. CLEMENT, Jr., Gérant-Général

**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.



## PATENTES OBTENUES PROMPTEMENT

Dans tous les pays. Pour renseignements de mandez le Guide de l'Inventeur qui sera envoyé gratis.  
MARION & MARION, 364 rue Université, angle de la rue Ste-Catherine, Edifice de la Banque des Marchands.

## NEW VICTORIA HOTEL

H. FONTAINE, PROPRIÉTAIRE  
QUEBEC

L'Hôtel des commis-voyageurs.

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

## JOSEPH FORTIER

Fabricant-Papetier

Atelier de Réglure, Reliure, Typographie, Relief et Gaufrage. Fabrication de Livres de Comptabilité. Formules et fournitures de Bureau.

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

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

## L. R. MONTBRIAND

Architecte et Mesureur,

230 Rue St-André

Montréal

## AGENCES DEMANDEES

Un homme avec 25 années d'expérience dans les affaires, pouvant fournir de bonnes références, désire des agences de manufactures pour la ville de Québec et le district environnant. S'adresser à N. L., "Le Prix Courant", Montréal.

## GARAND, TERROUX & CIE

BANQUIERS ET COURTIERS

48 rue Notre-Dame Ouest  
MONTREAL

TEL. BELL, MAIN 1859

## BELANGER & BELANGER

Notaires, Comptables et Commissaires

TRUST & LOAN BUILDING.

No 30 rue St-Jacques, MONTREAL

Argent à Prêter à 4, 5 et 6%

effectuée en dehors du Canada et sans aucune sollicitation de quelque genre que ce soit, soit directement, soit indirectement, de la part d'une compagnie de cette catégorie, de ses assureurs, ou des personnes par lesquelles l'assurance est faite; et à condition aussi que toute compagnie de ce genre, ses assureurs ou toute autre personne n'annoncent pas, dans les limites du Canada, dans les journaux ou toute autre publication, ou au moyen de circulaires mises à la poste au Canada ou ailleurs, ou ne maintiennent pas un bureau ou une agence sur le territoire canadien pour la réception des applications ou la transaction de tout acte, le règlement de toute question se rattachant en quoi que ce soit à ses affaires."

On peut avancer sans crainte qu'au moins la moitié des \$198,000,000 est placée en contravention avec la loi ci-dessus mentionnée.

Le public qui s'assure dans ces compagnies dépourvues de permis ne se doute guère du danger qu'il court.

## Ventes par les Shérifs

DU 29 AOUT AU 5 SEPTEMBRE.  
District d'Arthabaska.

Les Commissaires d'Ecole de la Cité de Thetford Mines vs Paul Boissonnault.

1° Un emplacement connu et désigné sous le No 240 du cadastre officiel du Village de Kingsville, maintenant la cité de Thetford Mines, avec les bâtisses dessus construites, sous toutes les réserves et conditions mentionnées dans le bail emphytéotique consenti par King Bros. pour le dit lot.

2° Le lot cadastral No 57 et un morceau de terre faisant partie du lot cadastral No 56 de Thetford Mines.

3° Les bâtisses ou patinoirs érigés sur un morceau de terre formant partie du lot No 211, du cadastre officiel du Village de Kingsville, maintenant la cité de Thetford Mines.

Vente à la porte de l'église paroissiale de St-Alphonse de Thetford, le 3 septembre 1913, à 9 hrs a.m.

District de Beauce.

Ludger Roy vs Joseph Doyon.

Les lots portant les Nos 433, 434 et 11 du cadastre officiel pour le canton de Tring, St-Victor, circonstances et dépendances.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Victor de Tring, le 2 septembre 1913, à 11 heures a.m.

District de Pontiac.

Joseph Lacoursière vs Joseph Hardy.

Un emplacement de village faisant partie du lot No 1 de la subdivision officielle du lot No 16, du rang 4, aux plan et livre de renvoi officiels du canton Guigues, comté de Témiscamingue, avec les bâtisses dessus érigées.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Bruno de Guigues, le 4e jour de septembre 1913, à 10 hrs a.m.

GEO. GONTHIER  
Licencié Institut  
Comptable

H. E. MIDGLEY  
Comptable-Incorporé

GONTHIER & MIDGLEY  
Comptables & Auditeurs

103 RUE ST-FRS-XAVIER.  
Téléphone Main 2701-519  
Adresse télégraphique "Gontley"

## Ouverture des Classes

Fournitures Classiques, Cahiers d'exercices, papier qualité supérieure. Papier Ecolier, Blocs-Notes, Papier à lettres. Boîtes de Papeterie, Plumes, Crayons, Ardoises, Boîtes d'écoliers, etc., etc.

Demandez échantillons et prix à

La Compagnie J. B. Rolland & Fils.  
53, Rue St-Sulpice - Montréal.

Maison Fondée en 1870

## AUGUSTE COUILLARD

IMPORTATEUR DE

Ferronnerie et Quincaillerie, Verres & Vitres, Peintures, Etc.

Spécialité : Poêles de toutes sortes

Nos. 222 & 229 rue St-Paul

Ventes 12 et 14 St-Amable, MONTREAL

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

## P. A. GAGNON

Comptable Licencié

(Chartered Accountant)

Chambre 315, 316, 317

Edifice Banque Québec.

11 Place d'Armes, MONTREAL.

Téléphone Bell Main 4912

Arthur W. Wilks.

Alexander Burnett

## WILKS & BURNETT

Comptables, Auditeurs, Commissaires pour toutes les Provinces.

Règlement d'affaires de Faillites

602 Bâtisse Banque des Marchands

Téléphone Bell Main 5500

MONTREAL

EUGENE PREVOST RODOLPHE BEDARD

## PREVOST & BEDARD

Comptables,

Liquidateurs,

Auditeurs.

Spécialité : Règlements de différends

Suite 506 Edifice Royal Trust

107 ST-JACQUES

BELL TEL. MAIN 1056

MONTREAL.

**ALEX. DESMARTEAU**

Comptable, Auditeur

**SPECIALITÉ** : — Liquidation de Faillites, Compromis Effectués.**54, 60, RUE NOTRE-DAME EST  
MONTREAL.****ECLAIREZ**

Voire mai-on avec le merveilleux **White Flame Burner**. Ce brûleur donne à vos vieilles lampes et lanternes une lumière blanche, brillante et douce à la fois, et supérieure à celle du gaz et de l'électricité. Sa lumière épargne la vue et rend la lecture et la couture agréables. Pas de Manteaux à Briser. Fiable et économique Satisfaction garantie. Fait les délices de tous ceux qui l'emploient. Echantillon Complet Par la Poste à toute adresse, 35c ou 3 pour \$1.00. Argent remboursé si non satisfait. Commandes par la Poste Expédiées Promptement. Prix Spéciaux en gros aux Marchands et Agents.

**Bright Light Co., Merrickville, Ontario****UNE SESSION****DE LA COUR DU BANC DU ROI.**

ayant juridiction criminelle dans et pour le district de Montréal, se tiendra au palais de Justice, en la cité de Montréal,

**MERCREDI, LE DIXIEME JOUR  
DE SEPTEMBRE** prochain, à  
DIX heures du matin.

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

JE DONNE 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, 19 août 1913.

**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.

12-454. Epingles à linge et planches à laver.—Un acheteur de Hollande a besoin de fortes quantités d'épingles à linge de 4 pouces, 4½ pouces et 5 pouces, en bois de première qualité et aussi d'épingles à ressorts; ainsi que de planches à laver, en bois ne se fendant pas, à queue d'aronde, sans zine. Echantillons demandées, ainsi que prix c. i. f. Amsterdam.

12-455. Déchets de moulin et matières d'engrais.—Un importateur de matières d'engrais de Brème désire entrer en relations d'affaires avec des minotiers canadiens pouvant faire des expéditions régulières de matières d'engrais.

12-456. Bois de charpente.—Une grande maison de Rotterdam, d'importa-

teurs de bois de charpente, est disposée à recevoir des côtes d'expéditeurs canadiens.

12-457. Fruits évaporés et séchés de tous genres, ainsi que graisse.—Une maison de Cologne, Allemagne, désire des agences pour les produits ci-dessus.

12-458. Grains, semences oléagineuses, etc.—Une maison de Francfort sur Main désire établir ici des relations commerciales de premier ordre pour importation dans le sud, l'ouest et le centre de l'Allemagne.

12-459. Laine à tricoter.—Une maison de Roubaix désire entrer en négociations avec un agent canadien pouvant vendre ses articles.

12-460. On demande un agent pour tenir de la papeterie et des cartes postales pour une maison française.

12-461. Pierre ponce.—Une maison de Sicile est prête à donner son agence à des agents connaissant bien la quincaillerie et les fournitures en gros aux peintres.

12-462. Agent.—Un manufacturier de machines à aiguiser les scies est prêt à nommer un agent au courant de l'industrie des scieries.

12-463. Absinthe.—Un cultivateur d'absinthe aimerait à entrer en relations avec un importateur canadien. On lui donnerait l'agence exclusive.

12-464. Fruits en sirop.—Un agent français désire communiquer avec les manufacturiers canadiens de ces produits pour les introduire sur le marché français.

12-465. Pulpe de bois travaillée au sulfate.—Une maison anglaise de Trieste, Autriche, rapporte qu'il y a un bon débouché pour ce produit en Autriche et en Italie et est désireuse d'obtenir l'agence d'un manufacturier canadien pouvant faire des expéditions régulières. Références de Londres.

12-466. Harengs et Sardines.—Une maison d'importateurs et d'exportateurs de Londres voudrait entrer en correspondance avec des expéditeurs canadiens de sardines et de harengs ainsi qu'avec des importateurs canadiens de fruits secs, noix, etc.

12-467. Tuyauterie en fonte.—Une maison manufacturière d'Ecosse ayant des brevets voudrait entrer en relations avec des ingénieurs canadiens.

12-468. Agents.—Un fabricant de montres de Suisse cherche des agents convenables, résidant au Canada.

12-469. Son et déchets.—Une maison de Kilmarnock est prête à recevoir des échantillons et des côtes.

12-470. Poignées pour jeu de curling.—Une maison d'Ecosse cherche des acheteurs.

12-471. Agent.—Un métallurgiste de Glasgow a besoin de nommer un agent ayant des relations parmi les usiniers et ingénieurs. Salaire et commission. Détails complets demandés.

12-472. Pois.—Une maison de Terre-Neuve est prête à tenir de grandes quantités de pois ronds et cassés.

12-473. Papier d'imprimerie.—Un imprimeur et papetier des Barbades désire entrer en correspondance avec une maison de gros canadienne.

12-474. Agent.—Un marchand des Barbades exportant des tamarins, des gelées et des pommes de terre sucrées, désire avoir un représentant dans une des principales villes du Canada.

12-475. Farine.—Un marchand commissionnaire des Barbades ayant des relations d'affaires considérables désire une agence pour la farine canadienne.

**La Fièvre des Foies**

affecte la plupart des personnes faibles durant l'été. L'eau de RIGA, ce puissant dépuratif, est le remède par excellence dans ce cas comme dans tous les autres. Elle est reconnue comme un curatif efficace dans les cas de fièvre, de jaunisse, de calculs biliaires, de maladies de la peau, de scrofule, de rhumatismes, etc. Le Marchand de la Campagne bien avisé tiendra à l'année un bon stock.

**D'Eau Purgative****RIGA**

C'est un article indispensable qui lui vaudra un surcroît de clientèle pour tous les articles de son magasin.

**Société des Eaux Purgatives "RIGA"****215 Rue Notre-Dame Est, Montréal.**

Tél Main 6473

### BANQUE DE MONTREAL

FONDEE EN 1817 — CONSTITUEE PAR ACTE DU PARLEMENT

Capital tout payé.....\$18,000,000.00  
 Fonds de Réserve.....18,000,000.00  
 Profits non Partagés.....802,814.94

Siège social: MONTREAL.

Bureau des Directeurs.—Le Très Hon. Lord Strathcona and Mount Royal, G.C.M.G., G.C.V.O., Président Honoraire; R. B. Angus, Président; H. V. Meredith, Vice-Président; E. B. Greenhalgh, Sir Wm Macdonald, James Ross, Hon. Robert Mackay, Sir Thomas Shaughnessy, E. C. V.O.; David Morrice, C. R. Hosmer, A. Baumgarten, C. B. Gordon, H. R. Drummond, D. Forbes Angus.

H. V. Meredith, Gérant-Général; A. Macnider, Insp. Chef et Surint. des Succursales, C. Sweeney, Surint. des Succ. de la Colombie Anglaise; A. D. Braithwaite, Surint. des Succ. de la Province d'Ontario; F. J. Cockburn, Surint. des Succ. de la Province de Québec; E. P. Winslow, Surint. des Succ. du Nord-Ouest. D. R. Clarke, Surint. des Succ. des Provinces Maritimes et de Terre-Neuve.

Succursales au Canada.—Dans toutes les principales cités et villes des provinces suivantes: Ontario, Québec, Nouveau-Brunswick, Ile du Prince-Edouard, Nouvelle-Ecosse, Provinces du Nord-Ouest, Colombie Anglaise.

Succursales en dehors du Canada.—Grande-Bretagne, Londres, Angleterre, 47 Threadneedle Street E.C.—Sir Frederic Williams-Taylor, gérant.

Etats-Unis, New-York—R. Y. Hebben W. A. Bog. J. T. Molineux, agts 64 Wall Street, Chicago, Spokane.

Terre-Neuve: St. John's, Birchy Cove, Grand Falls, Mexique Mexique. D. F.

### LA BANQUE PROVINCIALE DU CANADA

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

Capital autorisé \$2,000,000.00  
 Capital payé et surplus au 31 Décembre 1912 \$1,588,866.11

Conseil d'Administration: Président: M. H. LAPORTE, de Laporte Martin & Cie. Administrateur Crédit Foncier Franco-Canadien Vice-Président: M. W. F. CARSLER, de la maison en gros Carsley Sons & Co.; Honorable L. BRAUBIEN, Ex-ministre de l'Agriculture M. G. M. BOSWORTH, Vice-Président "Canadian Pacific Railway Co." M. ALPHONSE MACINE, de la maison A Racine & Cie, marchands en gros, Montréal; M. L. J. O. BRAUCHERMIN, propriétaire de la Librairie Beauchemin Ltée.; TANCREDE BIENVENU, Directeur-gérant; J. W. L. FORGET, Inspecteur; J. R. CHOQUET Assistant-Inspecteur; ALEX. BOYER, Secrétaire.

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

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

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

### LA BANQUE NATIONALE

FONDEE EN 1860.

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

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 États-Unis et au Canada, aux plus bas taux.

### QUEBEC STEAMSHIP CO., LIMITED.

**LIGNE DU ST-LAURENT**, Montréal aux ports de la Côte de Gaspé.

Gaspé, Malbaie, Percé, Summerside, Charlottetown et Fictou. 7 35. "CASCAPEDIA", 1900 TONNES, avec les accommodations les plus modernes pour passagers partira de Montréal jeudi, le 11 et 25 septembre à 4 hrs p.m., et tous les quinze jours par suite, et de Québec le jour suivant midi.

**ALLEZ AUX BERMUDES**

Le Steamer "Bermudian," à double hélice, 10,518 tonnes de déplacement quittera New-York à 11 hrs. a.m. les 10 et 20 septembre et tous les 20 jours dans la suite. Signaux sous-marins, télégraphie sans fil, orchestre.

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

**ANTILLES**

Le nouveau steamer "Guiana" et autres steamers, quittent New-York le 6 et 19 septembre, pour St-Thomas, Ste-Croix, St-Christophe, Antigua la Guadeloupe, la Dominique, la Martinique, Ste-Lucie, la Barbade et le Venezuela.

Pour renseignements complets, s'adresser à W. H. Henry, 286 rue St-Jacques; W. H. Clancy, 122 rue St-Jacques; Ths. Cook & Son, 530 rue Ste-Catherine-Ouest; Hone & Rivet, 9 Boulevard St-Laurent, ou à J. G., Brock & Co., 221, rue des Commissaires, Montréal, Quebec Steamship Co. Québec.

### LA BANQUE MOLSON

132<sup>ème</sup> DIVIDENDE

Avis est donné par les présentes aux actionnaires de la Banque Molson qu'un dividende de deux et trois quarts pour cent (soit au taux annuel de onze pour cent) sur le capital-actions a été déclaré pour le trimestre courant, et que ce dividende sera payable aux bureaux de la Banque, à Montréal, et à ceux de ses Succursales, le et après le **Premier Jour d'Octobre Prochain**, aux Actionnaires inscrits au plus tard le 15 Septembre 1913.

**L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE**

des Actionnaires de la Banque sera tenue à l'édifice principal de la Banque, en cette Ville, le lundi, 20 octobre prochain à trois heures p. m.

Par ordre du Bureau,

**JAMES ELLIOT, Gérant-Général.**

Montréal, 26 Août 1913.

### BANQUE D'HOCHELAGA 1874-1913

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

DIRECTEURS: M. J. A. Vaillancourt, Président; Hon. F. L. Béique, C. R. Vice-Président; A. Turcotte, Ecr., N. H. Lemay, Ecr. Hon. J. M. Wilson Col. C. A. Smart A. A. Larocque, P. G. Leduc, Gérant; Beaudry Leman Surintendant des Agences; P. A. Lavallée, Assistant-Gérant; Yvon Lamarre, Inspecteur.

Bureau Principal—Montréal

**BUREAUX DE QUARTIERS**

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

**SUCCURSALES**

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

Emet des Lettres de Crédit Circulaires pour les Voyageurs, payables dans toutes les parties du monde ouvre des crédits commerciaux; achète et traite sur les pays étrangers; vend des chèques et fait des paiements géographiques sur les principales villes du monde.

### NOVA SCOTIA STEEL & COAL CO.

LIMITED  
 MANUFACTURIERS

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

### GROSSES PIÈCES DE FORCE. UNE SPÉCIALITÉ

Mines de Fer, Wabana, Terre-Neuve.—Mins Hauts Fourneaux, Fours à Réverbère de Sydney Mines, N. E.—Laminaires, Forges et Ateliers de Finissage à New Glasgow, N. E.

Bureau Principal: NEW GLASGOW, N. E.

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

# Finances

## REVUE DE LA SEMAINE

### REVUE DE LA SEMAINE.

#### Calendrier financier.

Lundi, 8 septembre. — Dividende semestriel payable:  
Obligations. — London Street Ry. Co.  
Mardi, 9. — Assemblée annuelle:  
Quebec Railway, Light and Power Co.

#### A la Banque Molson — Déclaration de dividende — L'assemblée générale actuelle des actionnaires.

Comme on le verra dans une autre partie du journal, les officiers de la Banque Molson annoncent qu'un dividende de  $2\frac{3}{4}$  pour cent a été déclaré sur le capital-actions, pour le trimestre courant et qu'il sera payable à partir du 1er octobre prochain aux bureaux de la Banque, à Montréal, et de ses succursales.

L'assemblée annuelle des actionnaires sera tenue à l'édifice principal de la Banque à Montréal, le lundi 20 octobre prochain, à 3 heures p.m.

#### Le rapport de nos banques.

Le rapport des banques pour le mois de juillet a été publié aujourd'hui par le département des Finances et on constate plusieurs diminutions importantes dans les opérations financières du mois. Avec la nouvelle loi des banques, ces institutions ont jusqu'au 20 de chaque mois au lieu du 15 pour faire leur rapport mensuel.

Voici les principales opérations des deux derniers mois:

	Juillet.	Juin.
Circulation .. . . .	\$ 99,143,411	\$ 105,695,629
Dépôts à vue .. . . .	356,585,196	362,769,928
Dépôts à terme .. . . .	621,347,388	622,928,069
Prêts à vue, Canada .. . . .	67,991,255	68,642,377
Prêts à vue, étranger .. . . .	89,266,235	89,363,520
Prêts courants au Canada .. . . .	858,429,069	899,260,000
Prêts courants à l'étranger .. . . .	42,960,513	36,894,681
Passif .. . . .	1,275,297,267	1,208,170,221
Actif .. . . .	1,519,517,013	1,521,354,957
Réserve .. . . .	108,959,833	108,732,561

A signaler, l'énorme diminution des dépôts, qui atteint \$25,455,901. Cette diminution, qui porte sur les dépôts dans nos banques au Canada aussi bien qu'à l'étranger, est attribuable aux retraits du Pacifique, effectués pour le remboursement de ses \$35,000,000 d'obligations. Ces titres ne venaient pas à échéance avant le premier juillet 1915, mais le Pacifique les a remboursés à prime de 2 pour cent.

A signaler également que les travaux énormes entrepris

par les chemins de fer et dans une grande mesure la tension monétaire ont contribué à établir cette diminution des dépôts dans nos banques.

#### Rapport de la Laurentide.

Le rapport annuel de la Laurentide Co. a été lu mardi. Il s'étend jusqu'au 30 juin 1913. Les profits nets pour l'année sont de \$758,085.49.

La compagnie a dépensé \$128,700.53 pour améliorations. Elle a acheté des terres à bois pour \$160,912. Elle a dépensé, pour de l'immeuble à Grand'Mère, \$53,179.35.

Le rapport est comme suit:

Le moulin retire du bois moulu, de la pulpe sulfite, du papier, du carton .. . . .	\$ 911,998.35
Du bois et de divers .. . . .	104,760.21
	\$1,016,758.56

A déduire:

Les intérêts sur les obligations et autres .. . . .	\$129,972.54
Pour améliorations .. . . .	128,700.53
	258,673.07
Profits pour l'année .. . . .	\$ 758,085.07

#### GAINS ET PERTES.

Profits au 30 juin .. . . .	\$ 758,085.49
1er octobre, dividendes sur actions .. . . .	\$144,000.00
2 janvier, dividendes sur actions .. . . .	144,000.00
2 avril, dividendes sur actions .. . . .	144,000.00
30 juin, payable en juillet .. . . .	144,000.00
30 juin, fonds d'amortissement .. . . .	20,000.00
	\$596,000.00
Surplus pour l'année .. . . .	\$ 162,085.49

Récemment, la compagnie lança une nouvelle série d'actions dans le but d'accroître son pouvoir hydraulique. Par le rapport ci-haut, on voit que le stock a produit du 10 $\frac{1}{2}$  pour cent, avec un surplus de  $2\frac{1}{2}$  pour cent, tout en faisant une marge libérale pour toute dépréciation possible. C'est encourageant pour les actionnaires, d'autant plus que la compagnie sera plus solide après la perfection des travaux hydrauliques actuels.

Les officiers et les directeurs suivants ont été nommés: Sir William Van Horne, K.C.M.G., président, Montréal; George Cahoon, jr., vice-président et gérant, Grand'Mère; Richard B. Angus, Montréal; James Ross, Montréal; Charles R. Hosmer, Montréal; Edwin Hanson, Montréal; F. A. Sabbaton, Grand'Mère, Qué.; secrétaire, Ernest Alexander, Montréal.



## INFORMATIONS FINANCIERES

Actions Ordinaires et Actions Privilégiées	Capital payé	Réserve	Pair des Actions	Taux du dernier Dividende	Dernière cote	
					Au 26 août	Au 3 septembre
<b>BANQUES</b>						
Banque de Montréal .....	\$15,975,220	\$16,000,000	\$100.00	10%	230	230
Banque de Québec .....	2,500,000	1,250,000	100.00	7%	120½	122
Banque de la Nouvelle-Ecosse .....	3,998,460	7,497,412	100.00	14%	254¾	255
Banque de Toronto .....	4,941,455	5,941,455	100.00	11%	.....	.....
Banque Molson .....	4,700,000	4,700,000	100.00	11%	190	190
Banque Nationale .....	2,000,000	1,400,000	100.00	8%	130	130
Banque des Marchands du Canada .....	6,547,159	5,400,000	100.00	10%	182	181
Banque Provinciale .....	1,000,000	500,000	100.00	6%	.....	.....
Banque Union du Canada .....	4,952,190	3,076,095	100.00	8%	135	135
Banque Canadienne du Commerce .....	15,000,000	12,500,000	50.00	10%	202	203
Banque Royale du Canada .....	7,661,060	8,607,166	100.00	12%	214½	215½
Banque d'Hochelaga .....	2,885,340	2,650,000	100.00	9%	.....	151
Banque d'Ottawa .....	3,500,000	4,000,000	100.00	12%	198	.....
Banque Impériale du Canada .....	6,000,000	6,000,000	100.00	12%	211	.....
Banque Internationale du Canada .....	1,320,439	.....	100.00	.....	.....	.....
<b>CHEMINS DE FER</b>						
Débentures						
Canadian Pacific Railway (Ordinaires) .....	180,000,000	146,283,497	100.00	10%	220	221 ex-div
Duluth S.S. & A. Railway (Ordinaires) .....	12,000,000	.....	100.00	.....	.....	.....
do do (Préférentielles) .....	10,000,000	.....	100.00	.....	.....	.....
Minn. St. Paul & Soo Railway (Ordinaires) .....	20,832,000	.....	100.00	7%	132	135¾
do do do (Préférentielles) .....	10,416,000	.....	100.00	7%	.....	.....
<b>TRAMWAYS ELECTRIQUES</b>						
Detroit United Railway .....	12,500,000	21,887,000	100.00	5%	70½ ex-div	71½
Duluth Superior Traction .....	3,500,000	2,500,000	100.00	5%	.....	.....
Halifax Electric Railway .....	1,400,000	600,000	100.00	7%	160	160
Havana Electric Railway (Ordinaires) .....	7,500,000	.....	100.00	.....	.....	.....
do do (Préférentielles) .....	5,000,000	.....	100.00	6%	.....	.....
Illinois Traction (Ordinaires) .....	9,564,000	.....	100.00	.....	.....	.....
do do (Préférentielles) .....	5,000,600	24,957,813	100.00	6%	90	90
Mexican Light & Power (Ordinaires) .....	13,585,000	.....	100.00	4%	63	63
do do (Préférentielles) .....	2,400,000	.....	100.00	7%	.....	.....
Montreal Street Railway .....	10,000,000	4,420,000	100.00	10%	.....	.....
Porto Rico Railway .....	3,000,000	2,941,500	100.00	.....	58¾	59¾
Quebec Railway, Light & Power .....	9,300,500	8,654,400	100.00	.....	12	11
St. John Railway .....	800,000	.....	100.00	6%	.....	.....
Brazilian .....	10,000,000	6,000,000	100.00	10%	93½ ex-div	93½
Toledo Railway & Light .....	13,000,000	13,257,000	100.00	.....	.....	.....
Toronto Railway .....	8,000,000	3,992,326	100.00	7%	138½	138½
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	105½
do do do (Préférentielles) .....	3,000,000	.....	100.00	7%	.....	.....
Winnipeg Electric Street Railway .....	6,000,000	5,578,000	100.00	10%	205	205
<b>VALEURS INDUSTRIELLES</b>						
Canadian Car & Foundry (Ordinaires) .....	3,500,000	.....	100.00	8%	69	70
do do do (Préférentielles) .....	5,000,000	3,500,000	100.00	7%	109	.....
Canada Cement (Ordinaires) .....	13,500,000	.....	100.00	.....	31¾	32¾
do do (Préférentielles) .....	10,500,000	5,000,000	100.00	7%	91½	90
Canadian Converters .....	1,733,500	474,000	100.00	.....	.....	39
Dominion Steel Co. .....	35,000,000	.....	100.00	4%	49	49½
Dominion Textile Co. (Ordinaires) .....	5,000,000	.....	100.00	6%	83½	85¾
do do (Préférentielles) .....	1,859,030	3,040,275	100.00	7%	100	.....
Lake of the Woods Milling Co. (Ordinaires) .....	2,100,000	.....	100.00	8%	129	135
do do do (Préférentielles) .....	1,500,000	1,000,000	100.00	7%	.....	.....
Montreal Cottons Ltd (Ordinaires) .....	3,000,000	500,000	100.00	8%	57	50
do do do (Préférentielles) .....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
Nova Scotia Steel & Coal (Ordinaires) .....	6,000,000	.....	100.00	5%	78	78¾
do do do (Préférentielles) .....	1,030,000	6,800,000	100.00	8%	120	123
Ogilvie Flour Mills Co. (Ordinaires) .....	2,500,000	.....	100.00	8%	.....	114¾
do do do (Préférentielles) .....	2,000,000	457,263	100.00	7%	.....	112
Penmans, Limited (Ordinaires) .....	2,150,600	.....	100.00	4%	52	51¾
do do (Préférentielles) .....	1,075,000	2,000,000	5.00	6%	.....	.....
<b>DIVERS</b>						
Bell Telephone Co. .....	12,500,000	3,649,000	100.00	8%	153	156
Mackay Companies (Ordinaires) .....	50,000	.....	100.00	5%	82	.....
do do (Préférentielles) .....	50,000,000	.....	100.00	4%	66½	66
Montreal Light, Heat & Power .....	17,000,000	10,107,000	100.00	8%	210¼	212
Montreal Telegraph .....	2,000,000	100,000	100.00	8%	135	137
Ottawa Light, Heat & Power Co. .....	1,511,500	730,000	100.00	6%	161	163¾
Richelieu & Ontario Navigation Co. .....	3,132,000	1,123,573	100.00	6%	106	107½
Shawinigan Water & Power Co. .....	7,000,000	5,000,000	100.00	4%	132	136
<b>MINES</b>						
Crown Reserve .....	1,999,957	.....	1.00	60%	1.62	1.70 ex-div
International Coal Mining (Ordinaires) .....	500,000	.....	100.00	7%	4	4
do do do (Préférentielles) .....	219,700	.....	100.00	7%	7	7



## Les Oeillets “DIAMOND” ne ternissent pas.

Rien ne donne mauvaise apparence à une chaussure comme un oeillet de couleur cuivrée. Dans la plupart des cas, cela se voit plus qu'une fente du cuir, et il est encore plus difficile d'y remédier. Mais il y a un moyen sûr d'éviter cet ennui à vos clients. Les Oeillets de Couleur Indélébile “Diamond” ne peuvent pas prendre une teinte cuivrée à l'usage, ils paraissent toujours neufs et aident à conserver à la chaussure sa bonne apparence, malgré l'usage le plus long. Il y a aussi un moyen sûr de reconnaître si les chaussures que vous achetez en sont pourvues. Regardez

simplement la petite marque de commerce  en forme de losange en relief à la surface de chaque oeillet. Elle n'est pas très visible, mais elle a une grande importance. Vos clients s'en rendent compte. C'est votre garantie que les oeillets ont une couleur réellement indélébile, car la seule couleur réellement indélébile porte la marque de commerce .

### UNITED SHOE MACHINERY COMPANY OF CANADA

Bureau et Manufacture

MONTREAL.

Importateurs de  
**Glaces Epaises**  
VERRE A VITRES,  
VERRE CATHEDRALE  
uni et gravé,  
VERRE BRUT  
(cast)  
Rayé,  
Armé,  
etc.

Manu-  
facturiers  
de  
MIRROIRS,  
VITRES  
PLOMBEES,  
VITRES ORNE-  
MENTEES,  
GLACES BISEAUTEES,  
DESSUS DE MEUBLES, etc

**J. P. O'SHEA & Cie.**

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

**Tôles Galvanisées**  
**"Queen's Head"!**  
Le type du genre depuis un demi-siècle  
Jamais égalées comme qualité.



CANADA

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

**Feutre et Papier**  
N'IMPORTE QUELLE QUANTITE  
Toitures Goudronnées (Roofing) prêtes à poser, 2 et 3  
Papiers de Construction. Feutre à Doubler et à Tapisser  
Produits 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.

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

**D. K. McLaren,**  
Limited  
351, rue St-Jacques,  
MONTREAL.  
Tél. Main 4904-4905 et 724

**JOSEPH RODGERS & SONS, LIMITED**  
Sheffield, Ang.

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



REGISTERED TRADEMARK  
GRANTED 1882

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

**GRAND TRUNK RAILWAY SYSTEM** QUATRE TRAINS EXPRESS PAR JOUR

**Montréal et Toronto.**  
9.00 a.m., 9.40 a.m., 7.30 p.m., 10.30 p.m.  
Wagons Buffets, Salons et de Lecture sur trains  
de jour, et Dortoirs Pullman éclairés à l'électricité  
sur trains de nuit.

LA SEULE ROUTE A DOUBLE VOIE.

**L'"International Limited"**  
LE MEILLEUR CONVOI DU CANADA.  
Quitte Montréal pour Toronto et Chicago à 9.00 a.m.,  
tous les jours.

QUIPEMENT DE PREMIERE CLASSE

**Montréal et Ottawa.**  
Quitte Montréal à 8.16 a.m., et à 9.30 a.m.  
Arrive à Ottawa à 11.30 a.m., et à 12.15 p.m.  
Quitte Montréal à 3.55 p.m., et à 8.00 p.m.  
Arrive à Ottawa à 7.10 p.m., et à 11.15 p.m.  
Trains à 9.30 a.m., et à 3.55 p.m., tous les jours diman-  
che excepté ; à 8.16 a.m., et 8.00 p.m., tous les jours.  
Wagons Salons et Buffets sur tous les convois. Wagon  
Salon-Buffer-Observatoire Pullman sur les convois de 3.55  
p.m., et de 8.00 p.m.

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

# Ferronnerie, Quincaillerie, Peinture Matériaux de Construction, Etc.

## LA PUBLICITE POUR LE DETAIL- LANT.

### L'effet produit par une annonce couvrant un grand espace.

Bien qu'il soit vrai qu'on puisse parfois insérer dans un espace restreint un appel au public pressant et très explicite, il y a un élément qui manque toujours à une annonce trop resserrée, c'est le caractère impressif, l'effet écrasant d'un grand espace utilisé convenablement. Un petit espace peut parfois suffire pour produire un effet déterminant un bon mouvement d'affaires, mais il est rare qu'une annonce de ce genre soit sensationnelle et de temps à autre, en fait de publicité, il est bon, il est nécessaire même, qu'une annonce soit sensationnelle.

Tel est le cas en particulier quand il s'agit d'articles importants tels que les poêles, les réfrigérateurs, les machines à laver, etc. Ceci ne veut pas dire qu'il faut surcharger l'annonce d'une foule de détails et de termes de métier que peu de gens connaissent.

On voit certains annonceurs qui ne croient jamais en avoir assez dit pour vanter leurs articles, qui accumulent les mots de telle sorte que bien peu de gens ont le courage de lire une pareille annonce et même de commencer à la lire. Ces commerçants, en voulant trop convaincre, ne convainquent pas du tout; des expressions du langage courant, claires, courtes, en nombre très limité et tenant aisément dans l'espace déterminé, de telle sorte que tous les mots se voient bien, ne soient pas tassés les uns sur les autres, c'est ce qui distingue l'annonce réellement sensationnelle et productrice. Il faut se rendre compte que le lecteur, même très bien disposé, ne peut pas consacrer cinq ou dix minutes à la lecture d'une annonce, que ce n'est pas son rôle de chercher dans un fouillis de détails la ligne qui peut l'intéresser.

## IL N'Y A PAS D'EXCUSE POUR ETRE A COURT DE MARCHAN- DISES DE VENTE COU- RANTE.

Il y a nombre de marchandises dans

la ligne de ferronnerie qui se vendent journellement d'un bout de l'année à l'autre. Rien ne pourrait être de vente plus facile que ces articles. Dans aucune maison, de gros ou de détail, on ne devrait en manquer jamais. Il n'y a vraiment pas d'excuse valable pour cela. Néanmoins, presque chaque jour dans les magasins de gros et de détail vous trouverez qu'on est à court de ces articles de vente courante.

Un fermier a certainement lieu de se plaindre quand il ne peut pas trouver des articles de première nécessité pour lui dans ces magasins.

Vous êtes-vous jamais rendu compte du fait qu'une des choses les plus désastreuses en affaires, c'est de manquer de marchandises? C'est désastreux non seulement à cause du fait qu'on perd des occasions de réaliser des bénéfices, mais aussi parce qu'on perd du temps. Si les chefs de maisons de détail et de gros voulaient bien calculer exactement les pertes qu'ils subissent du fait qu'ils sont à court de marchandises, ils seraient bien plus exigeants vis-à-vis de leurs acheteurs et insisteraient pour que leurs stocks soient maintenus au complet.

Le commerce de quincaillerie porte sur une multitude de petits articles. Le tort de la plupart des acheteurs dans la ligne de quincaillerie, c'est qu'il regarde trop à la question du prix des marchandises. Quel bonheur pour lui quand il peut économiser cinq pour cent de plus! D'autre part, les acheteurs en général n'apportent pas assez de soin et d'attention à la livraison des marchandises. Bien souvent il vaudrait mieux payer un peu plus, pour des marchandises, à un manufacturier qui ferait promptement les livraisons que de gagner 5 p. c. de plus et attendre trop longtemps la livraison.

Pendant la saison estivale, il y a un relâchement général de l'activité commerciale, tout le monde prend des vacances. On pourrait ajouter, non sans raison, que les chefs des établissements commerciaux, surtout des maisons de gros, prennent leurs vacances au moment de l'année le plus critique pour les affaires.

Dans la majeure partie de notre pays les affaires en automne dépendent des moissons; juillet et août sont les mois les plus critiques pour les fermiers. S'il doit y avoir une abondante moisson il s'en suit qu'il y aura nombre d'affaires à

faire et les marchands en gros devraient tirer leurs plans pour avoir assez de voyageurs sur la route, pour qu'ils soient bien placés, qu'ils soient bien pourvus d'échantillons, et que toutes les questions relatives aux vendeurs soient réglées. Ensuite le directeur d'une maison de gros, en prévision d'abondantes moissons, devrait regarder si son stock de marchandises est complet, si les marchandises sont arrivées dans sa maison, sont placées sur les tablettes et si ses acheteurs n'attendent pas encore un changement de wagon. Au lieu de cela nous voyons nombre de chefs de maisons de gros s'en aller promener soit en Europe, soit au bord de la mer, ou dans les montagnes; en même temps les employés prennent leurs vacances et les affaires vont à vau-l'eau. Il serait plus expédient pour eux de prendre leurs congés en février ou en mars et de rester au gouvernail pendant les mois d'été.

Certains vendeurs vous diront qu'il ne se fait rien pendant ces mois-là. C'est une grave erreur. Bien des marchands détaillants font de très bonnes affaires pendant les mois de juillet et d'août et le vendeur qui est resté à son poste profite naturellement de cette clientèle. De plus, il ne faut pas oublier que lorsque les affaires du marchand détaillant ne sont pas actives, c'est là le meilleur moment pour un vendeur d'exhiber ses échantillons. Le marchand à ce moment-là a le temps de les examiner.

Pour conclure, la plus grave erreur que puisse faire un manufacturier, un marchand en gros ou un détaillant, c'est de ne pas faire de publicité pendant les mois d'été. Il est probable que l'on lit plus d'annonces et que l'on les étudie de plus près dans les mois d'été que pendant toute autre période de l'année.

**Ne croyez pas qu'une annonce paraissant dans un "journal" n'est efficace que pendant la seule journée qui date le journal; son action commence à partir du moment où elle est composée ou clichée et perdure longtemps après, jusqu'au jour où elle devient illisible, ou par sa destruction complète. Pendant tout ce laps de temps, qui peut être très long, vous avez mille chances qu'on lise encore votre annonce, car les tribulations d'un journal sont souvent nombreuses.**



**LA LAVEUSE RAPIDE LA PLUS FACILE A ACTIONNER EST LA  
Laveuse "Champion" à haute vitesse  
DE MAXWELL**

Elle peut être actionnée par un levier à main ou par une roue à manivelle, ajustée à l'arbre de couche horizontal. La cuve est faite de Cyprès Rouge, bois qui dure toute la vie. Le système à extension pour fixer la tordeuse permet d'ouvrir presque entièrement le dessus. Etagère fournie en plus si on le désire. La laveuse "CHAMPION" a prouvé qu'elle se vendait bien. Demandez les prix et autres détails.

**DAVID MAXWELL & SONS St. Marys, Ontario.**  
AGENCE A MONTREAL., 446-448 RUE ST-PAUL.

**Stanley Tools**

"45"

**SEPT OUTILS DANS UN**

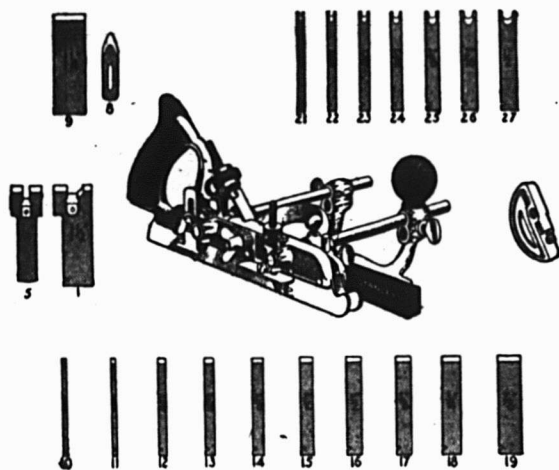
1—Rabot à biseau. 2—Rabot à rainure et à filet 3 Rabot dé. 4—Rabot charrue. 5—Rabot d'appareillage. 6—Rabot à châssis. 7—Rabot à fenestre supérieur.

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

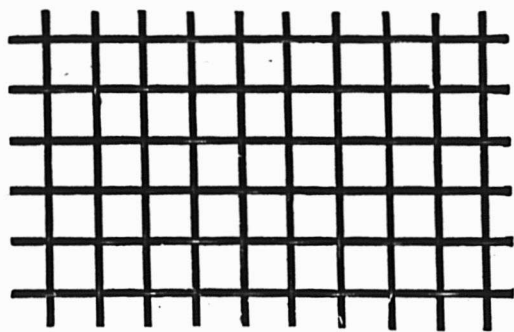
Les menuisiers trouveront cet outil inappréciable.

Demandez notre catalogue donnant la description complète.

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



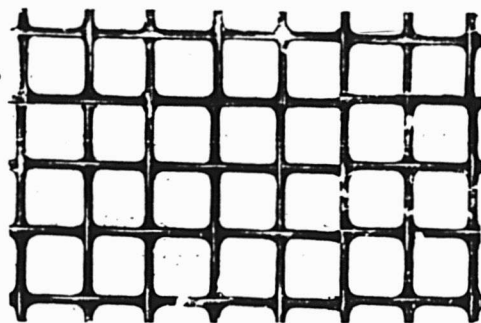
**TOILE METALLIQUE**



Toile métallique à passer le sable.

Toile métallique à vanner.

Toile métallique regalvanisée.



Toutes espèces de toile métallique et treillage.

Câble métallique.

Garnitures de câble métallique.

Manufacturés par

**The B. Greening Wire Co. Limited**

HAMILTON, Ont.

MONTREAL, Qué.

# (Ferronnerie) Marché de Montréal

## LA SITUATION.

Il ne s'est produit aucun changement dans la situation générale du commerce de ferronnerie depuis une huitaine de jours; les prix restent fermes et les affaires sont peu actives, comme d'habitude en cette saison.

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

Nous cotons, prix de la liste:

1/4	100 pieds	6.00
3/8	100 pieds	6.00
1/2	100 pieds	8.50
3/4	100 pieds	11.50
1	100 pieds	17.00
1 1/4	100 pieds	23.00
1 1/2	100 pieds	27.50
2	100 pieds	37.00
2 1/2	100 pieds	58.50
3	100 pieds	76.50
4	100 pieds	109.00
3 1/2	100 pieds	92.00

#### Tuyaux galvanisés

Nous cotons, prix de liste:

1/4	100 pieds	6.00
3/8	100 pieds	6.00
1/2	100 pieds	8.50
3/4	100 pieds	11.50
1	100 pieds	17.00
1 1/4	100 pieds	23.00
1 1/2	100 pieds	27.50
2	100 pieds	37.00
2 1/2	100 pieds	58.50
3	100 pieds	76.50

3 1/2	100 pieds	92.00
4	100 pieds	109.00

Les escomptes sont les suivants:

Tuyaux noirs: 1/2 pouce et 3/4 pouce, 63 p.c.; 1 pouce, 69 p.c.; 1 1/2 à 4 pouces, 72 1/2 p.c.

Tuyaux galvanisés: 1/2 à 3/4 pouce, 48 p.c.; 1 pouce, 59 p.c.; 1 1/2 à 4 pouces, 62 1/2 p.c.

#### Tuyaux en acier

2 pouces	100 pieds	9.60
2 1/2 pouces	100 pieds	12.25
3 pouces	100 pieds	13.30
3 1/2 pouces	100 pieds	15.55
4 pouces	100 pieds	19.80

#### Fer-blanc Charcoal

Nous cotons: 1 c. 14 x 20 4.65

#### Fer-blanc en feuilles

X. Extra par X et par cse 1.00

suivant qualité.

(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)

Au coke — Lydbrook ou égal

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 8.25

(Caisse de 112 feuilles, 216 lbs. net)

(Caisse de 560 lbs.)

XX, 14 x 60, gauge 26 lb. 0.07 0.07 1/2

#### Feuilles étamées

72 x 30 gauge 24, 100 lbs.	8.50
72 x 30 gauge 26, 100 lbs.	9.00

#### Tôles galvanisées "Canada"

Nous cotons: 52 feuilles, \$4.75; 60 feuilles, \$5.00.

#### Tôles noires

Feuilles:	
22 à 24	2.65
26	2.75
28	2.85

#### Tôles galvanisées

Nous cotons à la caisse: Fleur de Queens de Lis

Best Best Comet Head

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.

### Apollo

10 1/2 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, 25c 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

Les prix sont plus élevés de 1c par lb. Nous cotons: barre demi et demi, garantie, 28 1/2c; do., 25 1/2c. "Wiping", métal pour plombiers.

### QUINCAILLERIE

#### Boulons et noix

Très ferme et à la hausse.

Nous cotons:

Boulons à voitures Norway (\$3.00) 50 et 10 p.c.

Boulons à voitures carrés (\$2.40) 60 et 10 p.c.

Boulons à voitures (\$1.00): grandeurs, 1/2 et moindres, 60 et 10 p.c.; 7/16 et au-dessus, 55c.

Boulons à machine, 1/2 pce et au-dessous 60c.

Ball 100 lbs. 11.20

Boulons à machine, 7/16 pce et au-dessous, 57 1/2c.

Boulons à lisse, 1/2 et plus petits, 60 et 55 et 10 p.c.

Boulons à lisse, 7/16 et plus gros, 50 et 5 p.c.

# LES CARTOUCHES DOMINION

Les cartouches à fusil, de qualité supérieure, chargées avec les meilleures poudres sans fumée, et noires sont employées par les sportsmen Canadiens.

Les Cartouches DOMINION pour fusil Imperial, Regal, Sovereign, Crown, les marques populaires sur le marché canadien. Sûreté de feu, grande vitesse, léger recul, modèle bien ajusté et modèle parfait, voilà ce qu'on trouve dans

## Les Marques DOMINION.

et c'est pourquoi les marchands qui tiennent un stock de ces cartouches peuvent être sûrs d'avoir des clients satisfaits.

Ils connaissent la cartouche avec le



sur la boîte.

**DOMINION CARTRIDGE CO.,**

**Limited. Montréal, P. Q.**

**Vous gagnez  
BEAUCOUP  
d'argent et  
vous assurez  
BEAUCOUP  
de clients en  
vendant  
la peinture  
pure au 100%  
DE  
MARTIN-SENOUR**

**Laissez-nous vous  
le démontrer.**

**The  
Martin-Senour  
COMPANY.**

**MONTREAL.**

**HALIFAX,  
TORONTO,  
WINNIPEG.**

### Noix par boîtes de 100 lbs.

Nous cotons:  
Noix carrés 4c la lb. de la liste  
Boulons à charrue, 50 et 10 p.c.  
La broche barbelée, est cotée \$2.42½  
les 100 livres à Montréal.

### Crampes à clôtures

Fer poli \$2.60  
Fer galvanisé 2.80  
Broches pour poulaillers  
½ x 20 x 30" 4.10  
½ x 30 x 36" 4.75  
½ x 22 x 24" 5.00  
½ x 22 x 30" 6.30  
L'escompte est de 50 p.c. sur la liste.  
½ x 20 x 24" 3.40  
½ 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, \$2.30; No 14, \$2.35, et No 15,  
\$2.45. Broche à foin en acier coupé de  
longueur, escompte 25 p.c. sur la liste.

### Plaques d'acier

½ pouce 100 livres 2.40  
3/16 pouce 100 livres 2.70

### Zinc en feuilles

Le marché est ferme.

Nous cotons: \$7.75 à \$8.00 les 100 lbs.

### Coudes pour tuyaux

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

### Broche moustiquaire

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

### Broquettes

Pour boîtes à fraises 75 et 12½ p.c.  
Pour boîtes à fromage 85 et 10 p.c.  
A valises 80 et 12½ 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 12½ p.c.  
Coupées bleues et ¼ pe-  
santeur 60 p.c.  
Sweeden, 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: \$2.30 prix de base, f.o.b.,  
Montréal.

### Clous coupés

Nous cotons; prix de base, \$2.60 f. o.  
b., Montréal.

### Clous à cheval

Nous cotons par boîte: No 7, \$2.90;  
No 8, \$2.75; No 9, \$2.60; No 10, \$2.50,  
avec escompte de 10 p.c.

### Fers à cheval

Nous cotons f.o.b., à Montréal:  
Neverslip crampons, ½ le cent 3.80  
No 2 No 1  
et plus et plus  
grand petit

Fers ordinaires et  
pesants, le qrt 3.90 4.15  
Neverslip crampons 7/16, le cent 2.40  
Neverslip crampons ½, le cent 2.60  
Neverslip crampons 9/16, le cent 2.80  
Neverslip crampons 5/16, le cent 2.00  
Neverslip crampons ¾, le cent 2.20  
Fer à neige, le qrt 4.15 4.40  
New Light Pattern, le qrt 4.35 4.60  
Fer "Toe Weight" No 1 à 4 6.75  
Featherweight No 0 à 4 5.75  
Fers assortis de plus d'une grandeur au  
baril, 10c à 25c extra par baril.

### Chaînes en fer

Très ferme.  
On cote par 100 lbs.:  
3/16 No 6 10.00  
3/16 exact 5 8.50  
3/16 full 5 7.00  
½ exact 3 6.50  
½ 6.50  
5/16 4.40  
¾ 3.90  
7/16 3.80  
¾ 3.70  
9/16 3.60  
¾ 3.40  
¾ 3.30  
¾ 3.30  
¾ 3.30

### Vis à bois

Les escomptes à la liste sont de  
Tête plate, acier 85 10 et 7½ p.c.  
Tête ronde, acier 80 10 et 7½ p.c.  
Tête plate, cuivre 75 10 et 7½ p.c.  
Tête ronde, cuivre 70 10 et 7½ p.c.  
Tête plate, bronze 70 10 et 7½ p.c.  
Tête ronde, bronze 65 10 et 7½ p.c.

### Fanaux

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

Peints, 50c extra par doz.

### Tordeuses à linge

Nous cotons:  
Royal Canadian doz. 47.75  
Colonial doz. 52.75  
Safety doz. 56.25  
E. Z. E. doz. 51.75  
Rapid doz. 46.75  
Paragon doz. 54.00  
Bicycle doz. 60.50

Moins escompte de 20 p.c.

### Munitions

L'escompte sur les cartouches cana-  
diennes est de 30 et 10 pour cent.

### Plomb de chasse

Nous cotons net:  
Ordinaire 100 lbs. 10.00  
Chilled 100 lbs. 10.40  
Buck and Seal 100 lbs. 10.80

### METAUX

#### Antimoine

Le marché est sans changement, \$10.25  
à \$10.50.

#### Fonte

Nous cotons:  
Carron Soft 24.50  
Clarence No 3 22.00

#### Fer en barre

Plus ferme.  
Nous cotons:  
Fer marchand base 100 lbs. 2.15  
Fer forgé base 100 lbs. 2.30  
Fer fini base 100 lbs. 2.40

**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**

Nous cotons net, 30 jours:

Acier doux base 100 lbs.	0.00	2.25
Acier à rivets base 100 lbs.	2.10	2.25
Acier à lisse base 100 lbs.	0.00	2.25
Acier à bandage base 100 lbs.	0.00	2.25
Acier à machine base 100 lbs.	0.00	2.25
Acier à pince base 100 lbs.	0.00	2.95
Acier à ressorts base 100 lbs.	2.75	3.10

**Cuivre en lingots**

Le marché est fort.

Nous cotons: \$18.00 les 100 lbs. Le cuivre en feuilles est coté à 26c la livre.

**Etain en lingots**

Nous cotons: \$51.00 à \$51.50 les 100 livres.

Ce métal se fait de plus en plus rare sur les marchés primaires et les expéditions diminuent.

**Plomb en lingots**

Plus fort: \$5.75 à \$5.85.

**Zinc en lingots**

La demande est faible.

Nous cotons: \$6.75 à \$7.00 les 100 livres.

**HUILES, PEINTURES ET VITRERIE****Huile de lin**

Forte demande et prix fermes.

Nous cotons au gallon, prix nets: huile bouillie 67c, huile crue 64c.

**Huile de loup-marin**

Nous cotons au gallon:

Huile extra raffinée 70c

**Essence de térébenthine**

Nous cotons 65c le gallon par quantité

de 5 gallons et 70c le gallon par baril.

**Blanc de plomb**

Forte demande.

Blanc de plomb pur	8.25
Blanc de plomb No 1	7.60
Blanc de plomb No 2	7.40
Blanc de plomb No 3	6.95
Blanc de plomb No 4	6.75
Pitch	

Nous cotons:

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

**Peintures préparées**

Nous cotons:

Gallon	1.45	1.90
Demi-gallon	1.50	1.95
Quart, le gallon	1.55	1.75
En boîtes de 1 lb.	0.10	0.11

**Verres à Vitres**

Les prix sont très fermes.

Le marché Belge augmente continuellement ses prix.

Nous cotons: Star, au-dessous de 26 pouces uni: 50 pieds, \$1.85; 100 pieds, \$3.40; 26 à 40, 50 pieds, \$2.00; 100 pieds, \$3.60; 41 à 50, 100 pieds, \$4.00; 51 à 60, 100 pieds, \$4.25; 61 à 70, 100 pieds, \$4.50; 71 à 80, 100 pieds, \$5.00.

Double Diamond, 100 pieds: 0 à 25, \$5.00; 26 à 40, \$5.45; 41 à 50, \$6.25; 51 à 60, \$6.75; 61 à 70, \$7.25; 71 à 80, \$12.50; 81 à 85, \$7.75; 86 à 90, \$8.50; 91 à 95, \$10.00.

**Vert de Paris pur**

Forte demande.

Patils à pétrole	0.00	0.19
Drum de 50 à 100 lbs.	0.00	0.20½
Drum de 25 lbs.	0.00	0.20½
Boîtes de papier, 1 lb.	0.00	0.22½
Boîtes de ter-blanc, 1 lb.	0.00	0.23½
Boîtes papier, ½ lb.	0.00	0.24½

Boîtes fer-blanc, ½ lb. 0.00 0.25½

**Câbles et cordages**

Best Manilla	base lb.	0.00	0.17
British Manilla	base lb.	0.00	0.13
Sisal	base lb.	0.00	0.12
Lathyrn simple	base lb.	0.00	0.12
Lathyrn double	base lb.	0.00	0.12½
Jute	base lb.	0.00	0.11
Coton	base lb.	0.00	0.25
Corde à châssis	base lb.	0.00	0.34

**Papiers de Construction**

Très ferme.

Nous cotons:

Jaune et noir, pesant	0.00	1.80
Jaune ordinaire, le rouleau	0.00	0.35
Noir ordinaire, le rouleau	0.00	0.43
Goudronné, les 100 lbs.	0.00	2.25
Papier à tapis, les 100 lbs.	0.00	2.60
Papier à couv., roul., 2 plis	0.00	0.75
Papier à couv., roul., 3 plis	0.00	0.95
Papier surprise, roul., 15 lbs.	0.00	0.40

**Charnières (couplets) No 840**

1½ pouce	0.67
1½ pouce	0.75
2 pouces	0.81
rils, sur char	2.10
2½ pouces	0.92
2½ pouces	1.07
3 pouces	1.30

**Nos 800 et 838**

1 pouce	0.32
1½ pouce	0.37
1½ pouce	0.48
1½ pouce	0.59
2 pouces	0.67
2½ pouces	0.76
2½ pouces	0.81
2½ pouces	0.95
3 pouces	1.07
3½ pouces	1.49



# Hors de toute amalgamation.

Dans la construction de notre Laveuse Stephenson, il y a des détails spéciaux qui méritent et attirent l'attention de toutes les ménagères soigneuses. Le fond ridé ainsi que le dessus ridé, de forme spéciale, assure une action exactement semblable à celle qu'on fait en frottant le linge avec les mains sur une planche à laver, de sorte qu'on peut laver les tissus les plus délicats sans crainte de les déchirer. Haute qualité. Prix bas. Ecrivez pour connaître nos prix.

## Taylor-Forbes Co. Ltd.,

### 246, RUE CRAIG OUEST

### MONTREAL



MANUFACTURIERS DE

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



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

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

# Amatite ROOFING

Pourquoi les Hommes Expérimentés Demandent Amatite



Le Matériel à Toiture qui a besoin d'être peinturé tous les deux ans, ne peut rivaliser avec Amatite—qui n'a aucunement besoin de peinture.

Les hommes expérimentés connaissent le grand avantage d'une toiture qui n'a pas besoin de peinture. Ils savent l'ennui que cause le peinturage. Ils savent ce qu'il coûte. Ils savent combien ils sont sujets à négliger de peindre leurs toits en temps opportun.

Les toits peints ne sont à l'épreuve de l'eau que là où la peinture l'est elle-même. Amatite est à l'épreuve de l'eau sur toute sa surface. Amatite se vend en rouleaux usuels et commodes de 110 pieds carrés, avec un recouvrement uni là où la surface minérale est omise, de manière à assurer un joint serré. Des clous et du ciment sont emballés au centre de chaque rouleau.

Echantillon et brochure envoyés gratuitement sur demande adressée au bureau le plus proche

The Paterson Mfg. Co., Limited.

MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG, VANCOUVER, ST. JOHN, N.B., HALIFAX et SYDNEY, N.E.

4 pouces 2.12  
Même escompte que pour toutes les charnières d'acier poli.

FERRAILLES

	La lb.
Cuivree fort et fil de cuivre	0.00 0.11
Cuivre mince et fonds en cuivre	0.00 0.09
Laiton rouge fort	0.00 0.10
Laiton jaune fort	0.00 0.08

Laiton mince  
Plomb  
Zinc

Fer forgé No 1  
Fer fondu et débris de machines No 1  
Plaques de poêle  
Fontes et aciers malléables  
Pièces d'acier

0.00	0.06
0.02	0.02
0.00	0.03
La tonne	
0.00	12.50

0.00	16.00
0.00	12.50
0.00	9.00
0.00	5.00
La lb.	

Vieilles claques 0.00 0.00

PLATRE

Plâtre mêlé de sable, f.o.b., au char 5.50  
Plâtre dur (Hard Wall), f. o. b., 20 tonnes et plus 10.50  
Plâtre pur (Plaster Paris), en barils, sur char. 2.10

## LES TRIBUNAUX

COUR SUPERIEURE.

ACTIONS.

Défendeurs.	Demandeurs.	Montants.
	Cartierville.	
Bouliane, Théodule	McDonnell & O'Brien	\$014
Boudreault, Calixte	Normandin, Ls.	118
Hornsby, T. W.	Greenfield Park.	
Levine, Ls.	South Shore Lumber Co., Ltd.	232
Bissonnette, Aimé	Huntingdon.	
Fournier, Arthur	Kiamika.	
Charron, Armand	Ogilvie Flour Mills Co., Ltd.	801
Cook, W. C.	Lachine.	
	Charbonneau, J. E.	100
	Laprairie.	
	Brossard, Emery	329
	Outremont.	
	Préfontaine, Roland	160

Prévost, J. H.	Roxton Falls.	Prévost, Aug.	168
Paré, M. A.) de(, épouse de Sioni	Ste-Anne de Beaupré.		
	Royal Canadian Jewelry Co.		114
Normand, Jeanne; Morency, Féдора	St-Grégoire.		
	Marsh, Lina Grace		114
Loiselle, H. H.	St-Lambert.		
McLennan, Alex.; Newman, James W.; Terrill, Jos. G.;	South Shore Lumber Co., Ltd.		609
Ideal Concrete Products	Standard Foundry and Machinery Co., Ltd.		170
	St-Laurent.		
Bouliane & Jalbert Ltd.	St-Pierre.	Hodge, A.	1,105
Leduc, Nap.	St-Tite.	Lavoie, D.	114
Charles, Camille	Sorel.	Glove, Jos.	500
Ram, M.	Arbetter Filling Machine Co. of Can., Ltd.		143
Whiting, Marke E.	West Shefford.		
	O'Leary, W. J., & Co.		1,500

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

**EN GROS SEULEMENT.**



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

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

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

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

**L. H. HÉBERT & CIE., LIMITEE.**

IMPORTATEURS

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

**The World-Famous**  
**SIMONDS**

**Crescent-Ground**  
**CROSS-CUT**  
**SAWS**

**MADE IN**  
**MONTREAL**

**Vendez** ||

**les Scies Simonds**

car elles donneront à votre client un meilleur service que n'importe quelle autre marque de scies. Il n'y en a pas de meilleures. Elles coupent facilement et scient vite. Fabriquées avec de l'acier spécial Simonds, gardant son taillant. Chaque scie est garantie. Achetez-en de votre fournisseur en gros ou écrivez à

**SIMONDS CANADA SAW CO., LIMITED**  
RUE S<sup>T</sup>-REMI et AVENUE ACORN.  
MONTREAL, Que.

Var couver, C. A.      ou      St-Jean, N. B.



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

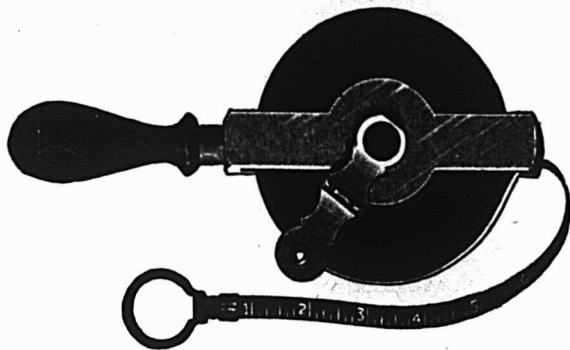
**REGLES ET GALLONS DE MESURE**

**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.



## La Carabine "Bayard" à Chien et Détente Automatiques



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

ECRIEZ POUR AVOIR UNE BROCHURE DESCRIPTIVE.

**McGILL CUTLERY CO., (REG'D)**      -      -      **P. O. Box 580, Montreal.**

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

# Renseignements Commerciaux

## Changements commerciaux

Bury—Clark, Pat. & Cie, dissolution. Mme A. Doherty continue sous la même raison sociale. Bois de charpente.  
 Coaticook—Lajoie & Lajoie, dissolution. M. G.  
 Montréal—Akerman, Léon, actif vendu. Articles en cuir.  
 Montréal—Amyotte, Adélard, demande de cession rejetée.  
 Montréal—Beauchamp, A. E., cession à Vinet & Dufresne. Mercerie pour hommes.  
 Montréal—Bonneville, René, cession à A. Desmarteau. Tabacs.  
 Montréal—Canada Iron Corporation, Ltd. Receveur nommé.  
 Montréal—Commercial Stationery Co., offrant un compromis.  
 Montréal—Compagnie d'Importation de Nouveautés. Dissolution.  
 Montréal—Graddon & Owens, Ltd., dissolution. Nouvel enregistrement. Bois de charpente.  
 Montréal—Imperial Costume Co., cession. Michaud & Des Rosiers, curateurs.  
 Montréal—Lachapelle, Jos. Enregistré. Dissolution. Plombier.  
 Montréal—Paquet J. E. Paragraphe du Bulletin incorrect. Aurait dû se lire: demandant une extension. Tailleur, etc.  
 Montréal. Paragon Trousers Co., actif vendu. Manufacturiers.  
 Montréal—Riendeau, L. & Cie, cession à A. Desmarteau. Epicerie.  
 Montréal—Riopel, J. A., actif vendu. Epicerie.  
 Montréal—Rubenstein Bros., dissolution. Manufacture de vêtements.  
 Montréal—Sussman Martin, demande de cession contestée. Vêtements et nouveautés.  
 Montréal—West End Furniture Co., pertes par ruine d'incendie.  
 Poltimore—Gagnon, .. vedu à J. H. Bronsall, M. G.  
 Aylmer—Reilly, C. H., décédé. Hôtel.  
 Cowansville—Hauver, P. E. H. H. Hauver, admis comme associé dans la raison sociale P. E. Hauver & Fils. Hôtel.  
 Lachine—Vogel Company of Canada, Ltd. Nouvelle raison sociale: H. C. Vogel Co. (Canada), Ltd.  
 L'Épiphanie—Ferland, J. O. & Frères, offrant un compromis. Manufacture de portes et châssis.  
 Montréal—Alexander, A. J., ouvre une succursale à Ottawa. Manuf. de fourrures.  
 Montréal—Caverhill, J. B. & Cie. Endommagé par la fumée et l'eau, assuré. Modes en gros.  
 Montréal—Charbonneau, J. J., cession à Alex. Desmarteau. Epicier.  
 Montréal—Ditcovitch, Jacob, demande de cession contestée. Epicier.  
 Montréal—Dominion French Dyeing Fur Co., Ltd. Actif à vendre le 28 courant.  
 Montréal—Giguère, P., compromis. Bijouterie.  
 Montréal—Gilbert, Jean, décédé. Epicerie.  
 Montréal—Ideal Clothing House, offre un compromis.  
 Montréal—Messier & Remington, dissolution.  
 Montréal—Northern Transport Co., J. C. Duhamel, curateur. Charretiers.

Montréal—Paquet, J. E., offrant un compromis. Tailleur.  
 Montréal—Petelle, Hector, demande de cession. Boucher.  
 Montréal—Peladeau, P. L., P. J. Valentine, curateur. Boucher.  
 Montréal—Petrolite Co. of Canada, Ltd. H. J. Lyons, liquidateur.  
 Nicolet—Beauchemin, Edouard, actif vendu. Nouveautés.  
 Québec—Trudel & Landry, annonçant leur fonds à vendre.  
 St-Jean—Papineau & Normandin, devient J. E. Papineau. Chapeaux et fourrures.  
 Sherbrooke—Sherbrooke Knitting Works, offre un compromis.  
 Ville St-Paul—Exchange Realty Co., dissolution, nouvel enregistrement.  
 Ville St-Pierre—Malcoff, Abraham, offre un compromis. Chaussures.  
 Lachine. — Lachine Co-operative Society, Ltd., actif vendu. Epicerie.  
 Montréal. — Archambault, Urgèle. Compromis. Chaussures, etc.  
 Montréal. — Jos. Bellemarre, cession. Assemblée des créanciers le 5 septembre. Epicerie.  
 Montréal. — J. P. Catelli, cession à A. Desmarteau. Epicerie.  
 Montréal. — J. J. Charbonneau. Actif à vendre. Epicerie.  
 Montréal. — Compagnie d'Arbitrage de Montréal. Dissolution. Nouvel enregistrement.  
 Montréal. — Imperial Hair Mfg. Co. Actif vendu.  
 Montréal. — L'Ocillet Rouge, dissolution. Nouvel enregistrement. Amusements.  
 Montréal. — Antoine Marchand, demande de cession. Entrepreneur.  
 Montréal. — Marsolais et Laverdure, dissolution. Agents d'immeubles.  
 Montréal. — Mme M. J. Picard, actif vendu. Nouveautés.  
 Montréal. — Mlle Rose Rochon, actif vendu. Modes.  
 St-Jean. — Eastern Ice Co., dissolution. P. Cloutier et A. Dubois continuant sous la même raison sociale.

## Nouveaux établissements

Montréal—Archambault & Foisy, agents d'immeubles; Belanger, Cloette & Peyrard; Canadiant Surety Co.; Compagnie King Edward Boulevard Park, Inc; Côté & Frère, plombiers; Lachapelle & Frère, plombiers; Gayety Ice Cream Parlor; Gince & Frère, épicerie et liqueurs; J rnoïd Mfg. Co., agents manufacturiers; Leiter Bros., vêtements pour dames et messieurs; Manchester Import Agency; M. Moffatt, Reg., fourrures; Premier Ladie's Wear; J. B. Trow & Co., agents de manufactures; Viauville Garage and Machine Shop; View Bank Realities, Ltd.  
 Montréal—Austin & Chapdelaine, demande de cession.  
 Montréal—Bousquet & Larue, cession à V. Lamarre. Epicier.  
 Montréal—Brousseau & Collette, actif vendu. Epicerie.  
 Montréal—Canada Iron Corporation, Ltd., assemblée des créanciers et actionnaires, le 18 septembre.  
 Montréal—Chênevert, Antoine & Cie, dissolution.  
 Montréal—Clément, J. H. Co., Ltd., actif vendu; Chapeaux en gros.  
 Montréal—Empire Secret Service, dissolution.

Il n'y a qu'une qualité supérieure et c'est celle de "MORROW"



VIS D'AJUSTAGE.  
 VIS À TÊTE.  
 DEMI-NOIX.  
 FOREUSES TORDUES.

Quand vous commandez ces spécialités, insistez pour la marque "MORROW" et vous reconnaîtrez que vous aurez eu le meilleur produit qu'il y ait.

John Morrow Screw and Nut Co., Limited. - Ingersoll, Ont.

## 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.

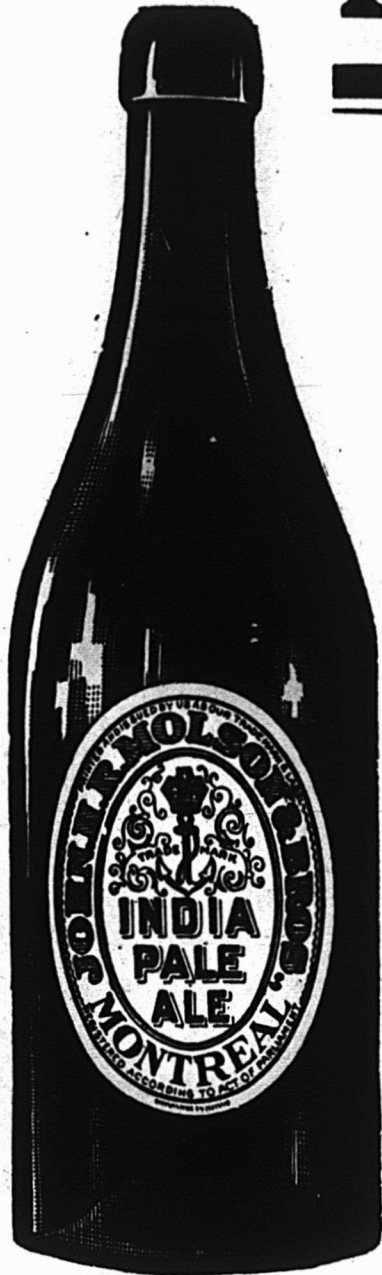
HAMILTON, Ont.



# 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

**126 ANS.**

# Vins et Liqueurs

## LA CAUSE DE LA TEMPERANCE

Un décision de justice qui vient d'être rendue à Québec par le juge Ch. Langelier, a produit l'effet de l'huile sur le feu de cette brûlante question.

Le magistrat appelé à se prononcer dans quatre actions intentées par le percepteur du revenu de la province, pour vente de boissons alcooliques sans licences, a décidé qu'une bière ne contenant que 3° et même 4° d'alcool de preuve (2 degrés centigrades environ) doit être considérée comme inoffensive, exprimant l'opinion que toute boissons qui ne contient pas assez d'alcool pour enivrer, est une boisson de tempérance dont la loi ne prohibe pas la vente.

On a bien annoncé que ce jugement avait été frappé d'appel, il n'en est pas moins extrêmement intéressant en ce qui nous concerne, puisqu'il consacre l'argumentation que nous avons soutenue encore récemment, savoir: qu'il y a lieu de faire une différence entre le degré alcoolique des boissons fermentées et des boissons distillées.

Il nous paraît intéressant de reproduire les commentaires faits au sujet de cette affaire par un organe canadien-français, le journal "Le Canada":

"La consommation des "liqueurs douces," dit-il, augmente considérablement d'année en année, dans notre pays et il faut s'en réjouir. Plus le peuple prendra le goût des boissons de tempérance, des bières légères et même du vin, plus nous verrons diminuer les ravages de l'alcool."

"La perfection n'est pas de ce monde. Vouloir imposer au peuple la prohibition est une utopie; personne ne réussira jamais à faire disparaître complètement l'usage des boissons enivrantes."

"Mais l'expérience et les statistiques établissent que l'usage modéré des boissons douces, de la bière et du vin, est un ennemi véritable de l'alcoolisme."

"De sorte que partout où il est impossible de faire adopter la prohibition, il serait bon de tolérer l'usage des boissons douces et même de l'encourager."

Le journal "La Patrie" reproduisait aussi de son côté une chronique documentaire sous le titre "Le Vin est un aliment de première importance dans l'alimentation humaine."

Au Canada, le parti de la Tempérance est en somme un petit groupe; mais l'audace et la ténacité de ses chefs leur servent à s'immixer dans toutes les affaires, à s'opposer systématiquement contre le commerce des vins et spiritueux, auquel ils voudraient reconnaître non pas un droit — il paie pour l'exercer — mais une simple tolérance.

Cet avis n'est pas assurément partagé par tout le monde; l'opinion publique commence même à se monter contre les exagérations et les excentricités des partisans de la tempérance à outrance; un incident survenu récemment à Montréal l'a suffisamment prouvé.

Les bons apôtres ont été en effet accueillis à coups de pierres par la population d'un quartier paisible de la ville, où ils se proposaient de faire une conférence en plein air.

Assurément nous n'approuvons pas le procédé, mais nous signalons le fait, parce qu'il comporte la confirmation de l'axiome que "l'excès en tout est un défaut."

Cette question de tempérance est devenue une question politique, un tremplin électoral dont on se sert avec hypocrisie; dernièrement, aux élections provinciales d'un district dans la province d'Ontario, un "candidat abstentionniste" a été défait radicalement.

Il nous fait plaisir de reproduire l'article éditorial paru à ce sujet dans l'un des meilleurs journaux anglais du Canada, "The Gazette", de Montréal, qui est aussi un des plus modérés sur toutes les questions dissidentes de race et de parti:

"Aux récentes élections provinciales de North Grey, où le candidat partisan de l'abolition des bars a été défait, il s'est trouvé des gens pour se lamenter sur ce qu'ils considèrent comme une atteinte portée à la cause de la tempérance."

"Quelques-uns professent l'opinion que les lois entravant leurs libertés rendent les hommes meilleurs; ceux-là devraient se donner la peine de considérer le résultat des règlements dirigés contre les marchands licenciés, car ils auraient l'évidence que leur succès n'a pas été notable."

"Il ressort en effet des statistiques du Commerce Canadien, que malgré la multiplication des lois restrictives, la consommation des boissons alcooliques augmente d'année en année."

"La consommation de la bière s'accroît et il y a des gens pour penser que c'est une tendance vers la tempérance réelle."

"Ceux qui peuvent voir qu'il y a deux côtés aux questions politiques et "politico-morales" et ceux qui veulent prendre l'humanité telle qu'elle est, avec ses faiblesses comme avec ses forces, ne se prononcent pas forcément contre la tempérance, quand ils votent contre l'exagération d'un extrémiste, ou l'appel d'un candidat électoral à la recherche de votes."

"En ce moment on fait des efforts pour empêcher les fumeurs de se laisser aller à leur passion favorite du tabac, sous la forme qui convient le mieux à leur goût; ceux qui boivent et ceux qui fument peuvent avoir pensé qu'il était temps de montrer qu'il y a une limite à l'intervention des fâcheux."

"Les gens de Montréal peuvent apprécier cette situation, en se rappelant certains événements récents; mais ce n'est pas une ni plusieurs élections qui porteront atteinte à la cause de la tempérance."

"Cette cause a sa force et sa puissance dans des considérations de morale et d'affaires; les gens reconnaissent de plus en plus qu'ils ne peuvent mériter le respect d'eux-mêmes et celui des autres, s'ils font un usage immodéré, par habitude ou par occasion, des boissons alcooliques."

"Les affaires forcent donc les buveurs à retenir leur appétit ou à se retirer de la lutte, aussi bien à l'usine, qu'au magasin et au bureau."

"La tempérance réelle — celle qui fait les hommes forts — se développe sous ces influences et ne se ressent pas d'une élection générale ou provinciale."

La "Gazette" de Montréal ne dit pas autre chose que nous n'aurions dit nous-mêmes, bien que nous eussions été plus affirmatif sur l'innocuité de la bière dont elle parle et celle du vin, dont elle ne parle pas.

En sommes, tous les excès des abstentionnistes nuisent à leur cause et profitent à celle que nous avons défendue et que nous défendrons encore, quand le moment sera venu d'agir plus efficacement, pour convaincre les législateurs de la province de Québec, que le développement de la consommation du vin est le vrai et sûr remède contre l'alcoolisme.

("Le Bulletin de la Chambre de Commerce Française.")

## LE VIN EST UN FACTEUR DE PREMIERE IMPORTANCE DANS L'ALIMENTATION HUMAINE

**On discute les qualités nutritives et sanitaires du vin.—Des expériences sérieuses ont démontré l'utilité du vin dans l'alimentation de tous les jours. — Des résultats très concluants.**

Tous les autres — et ils sont nombreux — qui ont voulu se rendre compte de la valeur alimentaire du vin l'ont fait figurer en quantité simplement normale dans la ration des sujets observés par eux. Le tube digestif, fonctionnant alors dans des conditions habituelles, a pu fournir des renseignements ayant réellement une valeur scientifique. C'est ainsi que le Dr Gley, dans le rapport très documenté qu'il présenta au Congrès de Médecine de 1900, sur cette question controversée, put affirmer que le vin est bien un aliment au sens propre du mot et non pas seulement un breuvage agréable, aidant au breuvage mécanique du contenu stomacal et à la solution des principes nutritifs. "Il est démontré, a-t-il dit en substance, qu'une faible quantité de l'alcool ingéré passe sans transformation dans les veines et s'élimine par la surface du poumon". Ceci évidemment est vrai pour les solutions alcooliques diluées, comme le vin, et absorbées en quantités normales. "Le reste, qu'on ne retrouve pas non plus dans les excréments, a donc bien été utilisé dans l'économie". Or, d'après Strassmann, ce "reste" représenterait 90 degrés de l'alcool ingéré, et, d'après Bodlander, atteindrait même 95 degrés de la totalité absorbée. Cet alcool est transformé par oxydation en acide carbonique et en eau, c'est-à-dire qu'il s'opère avec lui une véritable combustion interne dont le résultat est un dégagement de chaleur qu'on sait être de 7 calories environ par gramme d'alcool disparu.

M. J. Münk a, du reste, constaté que l'absorption d'alcool à petites doses avait pour résultat d'économiser les combustibles ordinaires de l'économie: graisses et hydrocarbures, et de faire diminuer les pertes d'azote par désassimilation.

Déjà Atwater avait admis, comme le Dr Gley, dans son rapport, que la présence, à raison de un litre par jour, d'alcool dilué, de vin en l'occurrence, dans la ration humaine, entraîne une production de calories représentant le quart environ des dépenses normales dans les 24 heures et, par suite, permet de réaliser une économie proportionnelle des graisses et des hydrocarbures.

Plus récemment, dans un travail présenté au début de 1910 à l'Académie des Sciences de Bologne, MM. Alburtoni et Rossi sont arrivés à des conclusions confirmant pleinement ce qui précède. Leurs expériences ont porté sur six paysans n'ayant jamais bu de vin. L'examen chimique des aliments et des substances permit de dresser un premier bilan alimentaire pour le régime qu'ils suivaient normalement. Celui-ci établi, on donna à chaque sujet, comme supplément à sa ration ordinaire, un demi-litre de vin par jour pendant trois semaines. Après quoi, toujours par le même mode d'investigation analytique, on dressa un nouveau bilan alimen-

taire. La comparaison des chiffres ainsi obtenus, avant et après l'expérience, permit de dégager les conclusions suivantes: l'alcool du vin ingéré est brûlé en presque totalité dans l'organisme. Les calories émises par cette combustion sont utilisées pour le maintien de la température du corps et pour la production du travail. L'alcool est donc bien une source énergétique. Il est à remarquer en outre que, pris à petites doses, le vin, par son alcool, contribue à augmenter la sécrétion des sucs digestifs, de l'acide chlorhydrique notamment. A ses qualités alimentaires propres, il ajoute donc des propriétés spéciales qui font de lui un stimulant des glandes, du tube digestif; il favorise ainsi la digestion. Ce n'est par conséquent pas un stupéfiant, mais au contraire un excitant — dans les conditions normales s'entend. Le système nerveux est tonifié par lui et on constate l'augmentation des globules rouges du sang. Les graisses de l'albumine, correspondant à l'énergie résultant de la destruction de cet alcool sont mises en réserve dans l'organisme, pour lequel le vin constitue un véritable aliment d'épargne.

Ce sont là des faits très précis ressortant d'expériences normalement conduites sur un nombre important de sujets et pendant un laps de temps suffisant pour que des variations accidentelles n'aient pu en fausser le résultat.

Il est donc certain que le vin est un aliment capable de rendre les services très appréciables dans l'alimentation humaine. Il suffit, du reste, pour connaître sa valeur à ce point de vue, d'interroger les ouvriers viticoles des régions méridionales de la France; un travail des plus pénibles leur est demandé pendant le temps des vendanges, généralement effectuées sous un soleil de plomb. Tous répondent que leur besogne serait absolument impossible s'ils n'absorbaient du vin en quantité suffisante. Les hommes sont nombreux qui boivent à ce moment quatre et six litres de vin par jour et on ne peut manquer d'être frappé par la petite quantité d'aliments solides qu'ils absorbent dans le même temps, sans cependant être en rien déprimé par un labeur énorme accompli pendant plusieurs semaines dans des conditions exceptionnellement difficiles. Il faut donc bien admettre que c'est au vin qu'ils empruntent la majeure partie de l'énergie dépensée par eux.

## ORIGINE DU VERMOUTH

L'origine du Vin Vermouth est très ancienne, bien que celle de son nom actuel, dérivant du mot allemand Wermut, qui signifie absinthe, date d'une époque peu reculée.

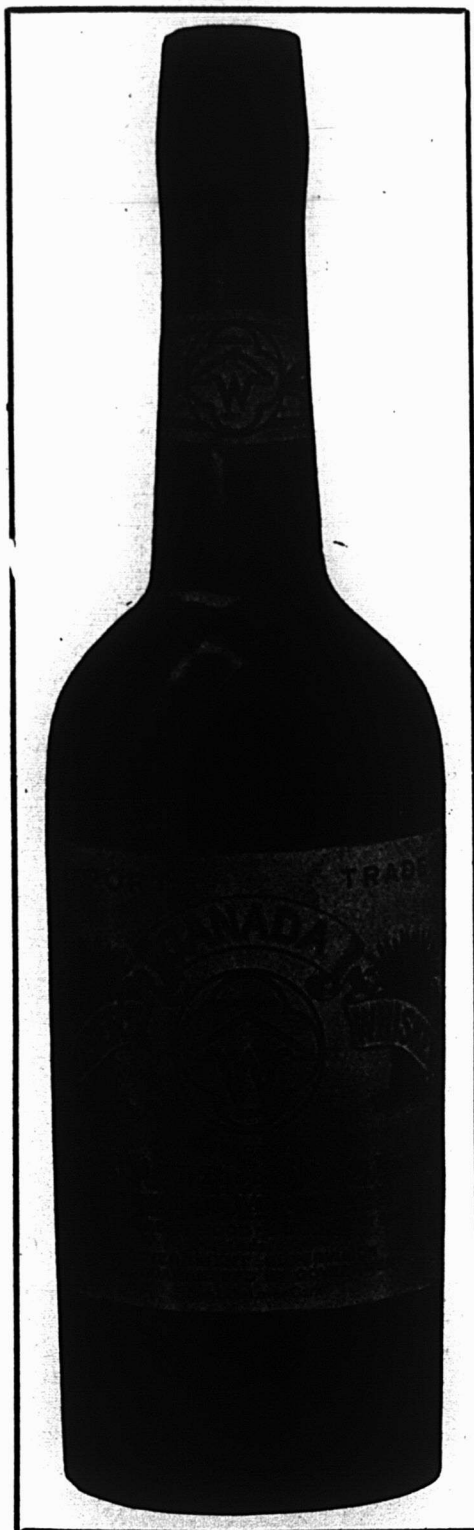
Du jour où l'on pressura des grappes, l'usage s'introduisit d'infuser dans le moût ou dans le vin toutes espèces d'herbes, d'ingrédients et d'aromates, soit pour en varier la saveur et le parfum, soit pour lui appliquer des vertus hygiéniques ou médicinales.

Les Grecs et les Romains connaissaient déjà et employaient communément, même dans les tavernes, beaucoup de vins édulcorés, parmi lesquels le vin d'absinthe. Cicéron mentionne l'absinthiatum vinum; il est à supposer qu'il en faisait usage avant de lancer ses fameuses Catilinaires.

Cette préparation se continua naturellement à travers les siècles et, avec l'invention de l'imprimerie, on édita des recettes; et dans les livres d'agriculture, le vin d'absinthe, auquel on ajoutait d'autres herbes, était mentionné.

Dans ses "Précéptes sur l'Agriculture", C. C. De Notevoli (venise 1549) loue les effets bienfaisants du vin d'absinthe.

Gianvettorio Soderini (Florence 1610) note qu'en Allemagne et en Hongrie on fait du vin d'absinthe et d'autres herbes.



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, Oues! Bureau Principal: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL 5116,  
MERCHANTS 528

Vous vivez dans une époque où tout  
est moderne, c'est-à-dire nouveau. Met-  
tez votre publicité au niveau de votre  
époque.

Le Dr Léonard Villifranchi, dans son ouvrage "De la Physique (Venise 1678), conseille l'usage journalier du vin d'absinthe composé, additionné de vin, comme une spécifique infaillible pour se maintenir en bonne santé.

Le médecin Villifranchi ("Oenologie", Toscane 1773) donne plusieurs recettes du vin d'absinthe composé, que l'on fabriquait dans les fermes toscanes et qu'il appelle déjà Vermouth. Il en vante les qualités médicinales et la saveur, qui en font un des délices de la table. Mais la fabrication du Vermouth toscan est restée une simple production de ménage. En Allemagne, elle fut peu à peu abandonnée. En France, on ne préparait plus l'infusion d'absinthe dans le vin que comme un remède de famille. ("Maison Rustique" Paris Durand, 1768.)

On ne le préparait pas encore dans le Piémont, puisque C. B. Croce n'en fait pas mention dans son traité: "Des vins qui se font dans la montagne de Turin (Turin 1606), et le chevalier De Plaigne, dans le "Vigneron Piémontais" (Turin 1784), qui décrivait aussi très minutieusement la vinification, n'en fait aucune remarque.

"La Pharmacopée de Turin" (1736) ne mentionne le vin d'absinthe (Vinum Absinthites) que comme une préparation de pharmacie.

Mais, peu après, la fabrication de Vermouth fit son apparition à Turin. Elle y fut importée de la Toscane vers l'an 1786 par le liquoriste Ant. Benoit Carpano. Il est à supposer que cette nouveauté fut aussitôt vulgarisée par ses collègues, parmi lesquels Jean-Albert Rovere, dont le fils eut pour collaborateurs Joseph et Louis Cora Frères, auxquels il céda le petit magasin et laboratoire en 1835, année où il se retira du commerce. Rovere fils comptait parmi ses clients Sa Majesté le roi Charles-Albert, auquel il préparait un Vermouth spécial. Ce Vermouth est relaté dans un des vieux livres de recettes rédigés par MM. Rovere dans la seconde moitié du XVIIIe siècle, livres écrits alors en latin, avec des termes et des signes conventionnels.

Les frères Cora donnèrent un grand élan à la fabrication intensive du Vermouth de Turin, qui fut connu et apprécié grâce à eux, bien au delà des confins du Piémont. Ils en expédièrent, en 1838, les premières caisses en Amérique, à Montevideo; ils ouvrirent ensuite, en 1842, une fabrique à Milan pour combattre les difficultés douanières suscitées par l'Autriche, qui régnait alors dans la Lombardie et la Vénétie. Louis Cora, s'étant compromis dans les agitations politiques de 1848, dut abandonner Milan au retour des Autrichiens et céder sa fabrique.

"LE MONITEUR DE L'ALIMENTATION".

### LA SITUATION VINICOLE

On remarque que dans son ensemble la vigne ne donne pas la même impression, en ce qui concerne le rendement, que l'année dernière; il est vrai que d'ici les vendanges une amélioration sensible peut encore se manifester.

En Touraine, on signale du mauvais temps: orages, pluies, humidité, en résumé une température qui ne convient guère à la vigne à cette époque de la floraison où elle est aux prises avec le mildew et la cochyliis.

Toutefois, dans son ensemble le vignoble se présente bien, et si la quantité ne sera pas celle qu'on espérait, on prévoit de la qualité. Mais pour cela, la viticulture demande du beau temps.

Dans le Midi, les attaques du mildew ont été particulièrement intensives et les vignobles de l'Hérault et du Gard sont parmi les plus touchés.

L'Aude et les Pyrénées-Orientales ont moins souffert.

Vers la fin de la seconde quinzaine de juillet, le retour de quelques jours de beaux temps a réussi à enrayer le mal, mais il n'empêche que nos quatre départements gros producteurs ont eu des pertes importantes.

Une légère panique s'est produite sur certains marchés où les cours ont atteint leur maximum. Avec le beau temps, la sagesse a repris le dessus, et quoique maintenant encore les cours soient fermes ils ne visent plus aussi haut qu'au début du mois. L'importance des affaires n'a pas suivi la hausse des prix; on s'est montré en général plus calme et c'est toujours la note qui domine actuellement.

Notons que pour le Roussillon les affaires sur souches trouvent peu d'acquéreurs aux prix actuels; il en est de même pour les vins restant en caves et pour lesquels la hausse se manifeste également.

A l'encontre de la métropole, l'Algérie subit depuis quelque temps une période de sécheresse et de chaleur qui, sans nuire beaucoup à la végétation, fatigue néanmoins la vigne qui aurait besoin d'eau. L'abondance de la récolte sera, nous l'avons déjà dit, inférieure à celle de 1912, mais depuis plusieurs mois le vignoble s'est beaucoup amélioré et donnera, relativement, toute satisfaction à la viticulture algérienne si la température devient plus favorable.

Au point de vue affaires, le mouvement paraît restreint; les cours sont en hausse et ont même été tout particulièrement poussés au reçu d'un télégramme de France annonçant que le vignoble français venait d'être anéanti par une catastrophe. Ajoutons que cette manœuvre n'a eu aucun succès. On signale aussi quelques affaires sur souches à des prix rémunérateurs.

(Revue des Vins et Liqueurs, de Paris).

### AU MARCHÉ DE COGNAC.

Pendant le mois de juillet on a remarqué au marché de Cognac le même marasme que d'habitude pendant l'été et bien que les commandes aient été rares, les prix ne se sont pas affaiblis au-dessous du haut niveau auxquels ils se maintenaient pendant le mois précédent.

Le principal travail des expéditeurs a été de fermer leurs livres et procéder à l'inventaire pour l'année commerciale qui s'est terminée le 30 juin, le règlement des comptes avec les viticulteurs qui leur fournissent du cognac et l'arrangement des billets des fournisseurs spéciaux. Maintenant tout ce travail touche à sa fin et la plupart des gens songent à se distraire et à s'aller reposer au bord de la mer et dans les villégiatures en attendant que les chaleurs soient passées. C'est pourquoi la petite ville de Cognac paraît bien morne en ce moment. Les chaleurs ont tardé à venir, mais elles paraissent être venues pour de bon maintenant. Jusqu'à tout dernièrement le temps était variable, il y avait des averses puis des coups de soleil, ce qui donnait aux champs, aux vergers, des tons plus verts et plus éclatants que d'habitude en cette saison.

Dans les vignobles les progrès sont considérés généralement comme satisfaisants.

Il est vrai que pendant la deuxième moitié de juin, il y a eu parfois trop d'humidité, mais la récolte n'a pas été endommagée. Les vignobles ont été cultivés avec un soin extrême et les résultats finaux récompenseront les viticulteurs. Si la qualité de la récolte de cette année est comme on l'espère, il y aura une forte demande pour les vins ainsi que pour le nouveau cognac. Jusqu'ici les perspectives sont favorables et on ne prévoit pas de baisse des prix.

— — — **VENDEZ LE** — — —

# GIN de BURNETT

“LE LONDON DRY ORIGINAL,”  
ABSOLUMENT LE PLUS FIN !

J. M. DOUGLAS & Co., Seuls Agents au Canada, MONTREAL.

**JOSEPH E. SEAGRAM,** •• DISTILLATEUR DE ••  
Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA

“Old Times,” “White Wheat,” “No 83 Rye,” “Star Rye”.

MEAGHER BROS. & CO., Limited, Agents, Montréal.

## L'ABOLITION DU BAR N'EST PAS POPULAIRE.

S'il faut en juger par le résultat de la dernière élection de North Grey, Ontario, la politique d'abolition du bar n'est pas la colonne de feu qui doit conduire ses adeptes en terre promise. Parlant de la défaite du champion de l'abolition, le “Reformer”, de Simcoe, dit :

Le résultat de la dernière élection dans Grey Nord, pour la législature d'Ontario, ne devrait surprendre personne que les partisans les plus aveuglés. Le “Reformer” n'a jamais admis le droit que se sont arrogé M. Rowell et ses lieutenants d'entraîner le parti libéral dans une croisade au profit de la Dominion Alliance, et aujourd'hui, les événements confirment l'opinion que nous avions émise, à savoir que si l'on persistait à prôner cette politique, elle amènerait inévitablement une scission dans le parti. East Middlesex et North Grey, deux comtés remportés par des libéraux aux élections générales, sont maintenant représentés par des conservateurs. Si une élection générale avait lieu demain, nous doutons qu'un seul libéral puisse se faire élire. Nous sommes convaincus que Norfolk n'élirait pas un homme reconnu en parfaite sympathie avec la politique de M. Rowell.”

Et plus loin, le “Reformer” ajoute :

“La Dominion Alliance constitue le plus grand “bluff”, la plus vide et la plus hypocrite des institutions du pays. Elle ne saurait influencer un seul vote prohibitionniste Tory.

Quoiqu'on puisse penser de la sagesse ou de la folie de la conduite de M. Rowell à l'endroit de la Dominion Alliance, elle n'a pas d'excuse. Le temps est arrivé où le chef du parti doit rappeler à l'ordre les hableurs de toute la coterie cléricale qui veut couvrir le pays de son éteignoir et contrer toutes choses et tout le monde au moyen de lois du parlement.”

Les allusions au sujet de la Dominion Alliance sont particulièrement heureuses.

D'autre part, M. John Galbraith, un libéral éminent, qui fut candidat dans Muskoka aux dernières élections générales de la province, écrit la lettre suivante :

“Le résultat des dernières élections dans Grey Nord et East Middlesex, où deux libéraux ont été défaits, doit faire comprendre à M. Rowell qu'il y a quelque chose de défectueux dans sa politique d'abolition du bar, et ce quelque chose il semble ne l'avoir pas encore compris. Il semble que sa clairvoyance ne lui permet pas de comprendre que les tempérants votent sur les principes généraux aux élections générales ou partielles, et votent lers principes de tempérance par plébiscites. Selon nous, M. Rowell est tout bonnement hypnotisé par la Dominion Alliance, les synodes et conférences Méthodistes qui adoptent des résolutions en faveur de l'abolition des bars, lorsqu'en réalité ces corps n'ont pas le pouvoir de contrôler le vote du peuple qu'ils prétendent représenter; et ces résolutions, quoique venant de plus ou moins haut, n'ont que très peu ou pas d'effet.

Il serait significatif si une résolution pouvait influencer ou changer le vote de tous les membres d'une église faisant habituellement usage de spiritueux.

Le temps n'est plus où un ministre peut disposer du vote de sa congrégation en faveur d'un parti politique, surtout lorsqu'il s'agit de libertés politiques, et on peut en dire autant de la Dominion Alliance, dont les membres ne forment qu'un faible pourcentage de l'électorat de la province.

Il est à espérer que M. Rowell finira par saisir cette idée. Mais il est probable que quelques douches glacées sous la forme de défaite comme celles de North Grey et de East Middlesex le feront sortir de ses trances hypnotiques, et lui feront comprendre que des résolutions d'une église sur la tempérance sont tous aussi inefficaces que le parfum.

dans un cyclone. Lorsque M. Rowell a adopté l'article de l'abolition du bar comme partie de son programme, il l'a fait à l'instigation d'une coterie d'amis et non à celle d'une convention libérale proprement dite. Il en résulte que le parti libéral d'Ontario n'est pas entièrement en harmonie avec l'adoption du principe de l'abolition comme faisant partie de la politique libérale.

Si M. Rowell est prudent, et désire connaître l'opinion du parti libéral d'Ontario sur sa marotte de l'abolition du bar, il convoquera une convention libérale d'Ontario et fera ratifier ou modifier son article au lieu de s'appuyer sur les faibles et vides résolutions des conférences, des synodes ou de la Dominion Alliance qui n'ont aucun contrôle de l'électorat aux jours d'élections générales ou partielles. On a remarqué qu'il s'était perdu un temps précieux dans North Grey à réfuter les insinuations de M. Proudfoot, tandis qu'on aurait pu employer ce temps à expliquer plus clairement la position du parti sur la réforme du tarif et sur les écoles bilingues, lesquelles questions, dans l'esprit des gens mal renseignés, ne sont que des platitudes du programme libéral."

D'autres journaux ont fourni leurs commentaires.

Le "Napanee Express" a dit: "Ce qui ressort de plus clair de l'élection de North Grey, est une nouvelle preuve de ce qu'on ne peut pas compter sur le vote tempérant dans une élection entre deux partis politiques. Il y a sans doute des tempérants qui mettent leurs principes au-dessus des questions de parti — mais que l'étiquette Rouge ou Bleu soit assez vaste pour que les questions de tempérance et de religion puissent être classées en seconde place dans le grand parti."

Le "Stratford Beacon" disait au lendemain de la votation: "Le résultat de la bataille qui vient d'être livrée à North Grey devrait servir à dessiller les yeux de M. Rowell et de ses lieutenants à la législature quant à la nature de l'opposition à laquelle ils se sont exposés en ajoutant au programme du parti libéral, l'article concernant l'abolition du bar."

D'autres chefs que M. Rowell sont tombés pour avoir voulu faire avaler au peuple une médecine dont il n'avait pas besoin. L'électorat d'Ontario a démontré que des questions de ce genre-là sont purement d'ordre social, et que le jour où on tente de les faire entrer dans le domaine social, on risque de compromettre leur véritable caractère.

## NOTES LOCALES.

Le fait que le resserrement de l'argent n'affecte pas le commerce des vins et liqueurs à Montréal est prouvé par le tableau suivant, établissant le montant de spiritueux "entrepôt" pendant les deux derniers mois.

Bien qu'il y ait eu diminution des recettes pendant le mois de juin, par rapport au mois correspondant de l'an dernier, les chiffres pendant juillet indiquent une augmentation remarquable et selon toutes les apparences, le volume des affaires, pendant la saison, sera à la hauteur de la moyenne.

### Revenus de l'Intérieur.

(Spiritueux entrés pour consommation.)

Juin 1912	...	\$180,978.79
Juillet 1912	...	152,063.37
Juin 1913	...	153,004.18
Juillet 1913	...	169,068.04

Les voyages des touristes n'ont pas été si nombreux cette année que l'an dernier; tel est l'avis exprimé par M. Hayter Read, gérant en chef du Service des Hôtels du Paci-

fique qui est revenu dernièrement d'un voyage d'inspection des hôtels de la Compagnie dans tout l'Ouest. On s'attend néanmoins, déclare-t-il, à une amélioration marquée au cours des deux prochains mois et en même temps la Compagnie met à profit tout les moments pour augmenter le confort dans tous les hôtels de façon à satisfaire aux besoins. Le programme des dépenses pour agrandissements et changements dans les hôtels pendant les deux prochaines années implique des débours de millions de dollars. On fait des améliorations à l'Hôtel de la Place Viger, à Montréal, et dans plusieurs des grands hôtels de la Compagnie. M. Frank McMahan, ancien gérant du Château Frontenac, de Québec, a été nommé surintendant des Hôtels de l'Ouest; il succède à M. F.-M. Hutchison, qui va revenir bientôt à Montréal.

\* \* \*

Le fait que Montréal a perdu beaucoup du bénéfice que rapportent les excursions de touristes à cause du manque d'arrangement convenable des hôtels et aussi du manque d'hôtels sur le plan américain a été négligé récemment par des intéressés. Des groupes nombreux organisent des voyages à travers le Canada, mais veulent savoir combien il leur faudra payer dans les hôtels. On ne peut le leur dire, quand les hôtels sont gérés suivant le plan européen et c'est pourquoi très souvent ces touristes évitent de passer à Montréal.

\* \* \*

Un intéressant jugement a été rendu récemment par le juge Charles Langelier au sujet de quatre plaintes portées par le percepteur du Revenu Provincial contre MM. A. Roberge, A. Tremblay, P. Gravel et A. Moreau, de St-Romuald, près de Lévis, pour avoir vendu de la liqueur sans licence sous le nom de "bière de tempérance".

Le juge a décidé que cette bière ne constituait pas une liqueur enivrante, suivant la définition de l'Acte des Licences.

Le Dr Vallée, analyste, a déposé que, dans un cas, la bière en question rentrait dans la catégorie des "liqueurs de tempérance" mentionnée dans l'Acte des Licences de Québec. Il a déclaré qu'il ne s'agissait pas de prouver seulement qu'il y avait de l'alcool dans la bière, mais que cet alcool se trouvait en quantité suffisante pour enivrer. Or, d'après son examen, cette bière de tempérance n'est pas enivrante. L'appel fait de cette sentence du magistrat Langelier a été rejeté par M. le juge Dorion.

\* \* \*

M. Norman J. Dawes, directeur-gérant de la National Breweries Co., de Montréal, a passé quelques jours à Little Metis, fin juillet.

\* \* \*

M. J.-D. Hudson, contrôleur de la National Breweries est parti pour Edmonton, Alberta, où il va passer ses vacances.

\* \* \*

La National Breweries a récemment ajouté trois nouveaux camions automobiles Albion, de cinq tonnes, à son service de livraison.

\* \* \*

Les affaires de Laporte-Martin, Cie Limitée, qui ont été récemment transférées à Laporte-Martin, Limitée, et enregistrées; huit nouveaux directeurs parmi lesquels MM. J.-D. Richard, C.-H. Catelli et J. Vanier. M. L.-A. Delorme, ancien secrétaire-trésorier de cette maison, est parti et son frère, M. H. Delorme, est maintenant secrétaire. M. Winbleau, ancien gérant des bureaux, est maintenant trésorier.

\* \* \*

M. Angus Urpuhart, de James Catto, Ltd., distillateurs et exportateurs de whisky écossais, de Aberdeen, Ecosse, était dernièrement à Montréal.

# NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

ABSINTHE		La cse		CHAMPAGNES				
Pernod Fils (12)	14.50			Deutz & Gelderman (14)	Bout. 1/2 Bout.		"Doctor's Friend," p. cs., 12 bouteilles	10.50
Gunpp. Pernod (14)	13.50			Extra sec, Vintage 1904.	33.00 35.00		"V.O." vieux brandy fin, p. cs., 12 bouteilles	12.00
<b>AMERS</b>				Brut, Vintage 1904.	33.00 35.00		"V.S.O.P." vieux brandy, fin, p. cs., 12 bouteilles	15.00
Amer Picon (12)	11.00			Gratien & Meyer (14)	Bt. 1/2 Bt.		"X.X.O." vendange 1875, (long cou), p. cs., 12 bouteilles	24.00
Levert & Shudel Orange (14)	9.00			Caisses ou paniers	12.00 14.00		"Special Reserve," vieux de 50 ans, p. cs., 2 bouteilles	36.00
<b>BIERES</b>				Ve Pommery, Fils & Cie (12)			Jimenez & Lamothe (14)	
Robert Porter & Co., London, Eng. (14)				Sec, ou Extra Sec.	31.00 33.00		***	Bout. 11.00
Bulldog brand Bass's Ale, p. cs., 12 qts.	2.55			Brut (vin naturel)	33.00 35.00		1865 Liqueur	Bout. 18.00
Bulldog brand, Bass's ale, p. 12 pts.	1.65			G. Rosset & Cie (14)			En fûts	4.50 à 4.75
<b>BIGARREAUX</b>				<b>CLARETS</b>			<b>GINs</b>	
Teyssonneau (12)				Bordeaux Claret Co. (14)			Greenlees & Co., London, Eng. (14)	
Bigarreaux au Marasquin.	9.00 10.50			Côtes	3.50 4.50		"London Dry," p. cs., 12 bout.	7.50
<b>BOURGOGNES BLANCS</b>				Bon Paysan	3.60 4.60		"Old Tom," p. cs., 12 bouteilles	7.50
Bouchard, Père & Fils (12)				Bon Bourgeois	4.00 5.00		"Old Tom" and "London Dry," le gallon, en baril, depuis	2.50
Chablis	bout. 1/2 bout. 8.00 9.00			St-Julien	4.50 5.50		Burnett (15)	
Chablis, 1889	11.75			Château Brûlé	5.00 6.00		London Dry	7.50
F. Chauvenet (15)				St-Estèphe	7.00 8.00		Old Tom	7.50
Montrachet (mar. Guiche)	20.00 10.00			Pontet Canet	9.00 10.00		Blankenhewm & Nolet's Distillerderij, Rotterdam, Hollande (14)	
Chablis Supérieur	7.25 8.25			Nathaniel Johnston & Fils (12)			"Key Brand," caisses rouges, 15 grandes bouteilles	11.50
Dufouleur Père & Fils, Nuit, St-Georges, France (14)				Ordinaire	4.25 5.25		"Key Brand," caisses vertes, 12 bouteilles moyennes	5.50
"Chablis," p. cs., 12 qts.	9.00			Château Chamfleuri	4.25 5.25		"Key Brand," caisses violettes, 24 petites bouteilles	6.00
"Meursault," p. cs., 12 qts.	14.50			St-Loubès	5.25 6.25		"Old Geneva Afrikander," 24 1/2 jars en pierre	13.00
"Clos Vougeot," p. cs., 12 qts.	21.00			"Club"	5.50 6.50		"Old Geneva Afrikander," 12 jars en pierre	12.00
<b>BOURGOGNE IOUSSEUX</b>				Médoc	5.75 6.75		<b>LIQUEURS FRANÇAISES</b>	
Bouchard, Père & Fils (12)				Margaux	6.00 7.00		Bénédictine (12)	Ltr. 1/2 Ltr. 20.00 21.00
Bourgogne Mousseaux	15.00 16.50			St-Julien	6.00 7.00		12 litres	20.00 21.00
Beaune	17.00 18.50			St-Estèphe	7.00 8.00		Marie Brizard & Roger (12)	
Nuits	19.00 20.50			Château Dauzac	9.50 10.50		Anisette	13.50
Chambertin	22.50 24.00			Pontet Canet	11.00 12.00		Curaçao, Orange ou Blanc	12.50
<b>BOURGOGNES ROUGES</b>				Margaux Supérieur	11.00 12.00		Marasquin	13.00
Bouchard, Père & Fils (12)				Château Beaucaillou	15.00 16.00		Kummel, Superfin	12.00
Mâcon	6.50 7.50			Château Léoville	19.00 20.00		Kummel Cristallisé	12.50
Beaujolais	8.00 9.00			Château Larose	19.00 20.00		Green Peppermint	13.00
Beaune	9.00 10.00			Château Margaux	21.00 22.00		Crème de Menthe, Blanche	13.00
"Club"	7.00 8.00			Château Lafitte	22.00 23.00		Cherry Cordial	12.50
Pommard	10.00 11.00			<b>COCKTAILS</b>			Cherry Brandy	12.50
Nuits	12.00 13.00			Cook & Bernheimer Co. (14)	La cse		Blackberry Brandy	12.50
Chambertin	16.50 17.50			Manhattan, Martini, Tom Gin,			Kirsch	15.50
Clos de Vougeot	22.00 23.00			Vermouth, Gin, Whiskey, Ame-	9.50		Bitter Triple	12.00
F. Chauvenet (15)				rican			Liqueurs assorties	13.00
Clos-de-Vougeot	25.50 26.50			<b>COGNACS</b>			Crème de Menthe Verte	13.00
Chambertin	18.50 19.50			Boutelleau Fils & Cie, Cognac, France (14)			Crème de Moka	13.00
Romanée	18.50 19.50			"Colombe au Rameau d'Or," p. cs., 12 qts.	9.50		Crème de Cassis	13.00
Corton (Clos-du-Roi)	15.50 16.50			"Colombe au Rameau d'Or," p. cs., 24 demi bouteilles	10.00		Crème de Noyau	13.00
Nuits	13.00 14.00			"Colombe au Rameau d'Or," p. cs., 32 fls	10.50		Eau-de-vie de Dantzick	13.00
Volnay	12.50 13.50			"Doctor's Special," p. cs., 12 bouteilles	12.00		Orange Bitters	9.50
Pommard	11.50 12.50			"V.O. 1875," p. cs., 12 bouteilles	13.50		Punch au Kirsh	11.00
Beaune	10.00 11.50			"V.S.O.P.," 1858, p. cs., 12 bouteilles	18.00		Peach Brandy	15.00
Moulin-à-Vent. Mâcon vieux Supérieur	9.00 10.00			"V.V.S.O.P.," 1820, p. cs., 12 bouteilles	30.00		Cse de 12 bout., bout. de 26 oz.	11.50
Beaujolais	7.00 8.00			Jos. Bremon & Cie, Cognac, France (14)			Cse de 12 bout., bout. de 35 oz.	14.00
Mâcon (Choix)	6.50 7.50			Par caisse de 12 pintes	6.50		Levert & Schudel, "Real Dutch" (14)	
Dufouleur Père & Fils, Nuit, St-Georges, France (14)				Par caisse de 24 flasks	7.50		Anisette, p. cs., 12 bouteilles	13.50
"Macon," p. cs., 12 qts.	7.50			Par caisse de 48 demi flasks	8.50		Apricot Brandy, p. cs., 12 bout.	15.00
"Beaujolais," p. cs., 12 qts.	8.00			M. Carlat & Cie, Cognac, France (14)			Peach Brandy, p. cs., 12 bout.	15.00
"Moulin à Vent," p. cs., 12 qts.	8.50			"Trois Etoiles," p. cs., 12 bout.	8.00		Crème de Menthe, blanche ou verte, 12 grandes carafes rondes	16.50
"Beaune," p. cs., 12 qts.	9.50			"Trois Etoiles," p. cs., 24 demi bouteilles	9.00		Crème de Menthe, blanche ou verte, 12 grandes carafes carrées	16.50
"Nuits," p. cs., 12 qts.	11.00			Cognac City Distillers' Association, Cognac, France (14)			Crème de Menthe, blanche ou verte, 12 bouteilles pyramides	13.50
"Volnay," p. cs., 12 qts.	11.50			"Trois Etoiles," vieux brandy, p. cs., 12 bouteilles	9.50		Crème de Cassis, p. cs., 12 bout.	13.50
"Pommard," p. cs., 12 qts.	12.00			"Trois Etoiles," vieux brandy, p. cs., 24 demi bouteilles	10.00		Crème de Cacao, p. cs., 12 bout.	13.50
"Corton," p. cs., 12 qts.	14.50			"Trois Etoiles," vieux brandy, p. cs., 32 flasks	10.50			
"Chambertin," p. cs., 12 qts.	16.50			"Cachet d'Or," p. cs., 12 longues bouteilles	11.00			
"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							



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. Odewahn (14)**  
Cherry Brandy . . . . . 12.00  
**C. Terrand (14)**  
La petite Chartreuse . . . 18.00 19.00

**Lawrence A. Wilson Co., Montréal (14)**  
Wilson's Blackberry Brandy, p.  
caisse . . . . . 10.50  
"Royal Crown," vieux Blackber-  
ry Brandy Anglais, p. cs. . . . . 9.00  
"Hungarian" blackberry brandy,  
p. cs. . . . . 9.00

**MOSELLE**

**Kock, Lauteren & Co. (12)**  
Zeltinger . . . . . 8.00 9.00  
Brauenzerg . . . . . 7.50 8.50  
Pisport . . . . . 8.50 9.50  
Scharzberg—1895 . . . . . 14.00  
Moselle Mousseux . . . . . 18.00 19.50

**H. Sichel Söhne (14)**  
**Moselle Mousseux**  
Muscatel ou Extra Dry . . 17.50 19.00

**OLD TOM & DRY GINS**

**Gordon (12)**  
London Dry . . . . . 7.50  
Old Tom . . . . . 7.50  
Sloe Gin . . . . . 9.25

**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

**MacKenzie & Co., Ltd. (12)**  
Au gallon . . . . . 2.25 à 10.00

**Sandeman & Co. (12) . . . . . La cse**  
Superior Old . . . . . 12.00  
"Club" . . . . . 18.00  
"1890" . . . . . 30.00  
Au gallon . . . . . 2.50 à 15.00

**PORTER ANGLAIS**

**Guinness' (14) . . . . . Pt. Chop.**  
Bull Dog Brand . . . . . 2.50 1.60  
Bull Dog Brand Nips . . . . . 1.15  
(14)  
Emb. de E. & J. Burke . . 2.60 1.65

**RHUMS**

**Marie Brizard & Roger (12) Bt. ¼ Bt.**  
Charleston . . . . . 12.50  
P. S. Clément . . . . . 10.00  
Jamaïque au gallon . . . . . 5.00

**SAUMUR MOUSSEUX**

**Ackerman-Laurance (15) Bt. ¼ Bt.**  
"Dry-Royal" . . . . . 15.75 16.75  
¼ 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  
Graves, p. cs., 12 bout. . . . . 8.00  
"Haut Sauternes," p. cs., 12  
bout. . . . . 10.00  
"Château Yquem," p. cs., 12  
bout. . . . . 25.00  
**Nathaniel Johnston & Fils (12)**  
Barsac . . . . . 6.00 7.00  
Sauternes . . . . . 6.00 7.00  
Graves . . . . . 6.00 7.00  
Haut Sauternes . . . . . 11.50 12.50  
Château Yquem . . . . . 20.00 21.00

**SHERRIES**

**Gonzalez, Byass & Cie, Jerez de la Fron-  
tera, 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

**S. Hermanos . . . . . 4.50**  
**MacKenzie & Co., Ltd. (12)**  
Au gallon . . . . . 1.50 à 10.00  
**Sanderman Buck & Co. (Julian  
Pémarin) (12) . . . . . La cse**  
Pale Sec . . . . . 12.00  
Montilla Fino très sec . . . . . 12.00  
"Club" . . . . . 18.00  
Selected Old . . . . . 36.00  
"Jubilee" . . . . . 50.00  
Au gallon . . . . . 1.50 à 10.00

**VERMOUTH**

**Noilly, Prat & Co. (12) . . . . . 7.50**  
**Martini & Rossi (14) . . . . . 6.50**

**VINS DE MARSALA**

**Florio & Sicily . . . . . Gall. Caisse**  
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**

**Kock Lauteren & Co. (12)**  
Laubenheim . . . . . 6.50 7.50  
Bodenheim . . . . . 8.00 9.00  
Nierstein . . . . . 8.50 9.50  
Steinwein, in Boxbeutels. 11.00  
Liebfraumilch . . . . . 13.50 14.00  
Giesenheim . . . . . 16.00 17.00  
Hocheim . . . . . 17.00 18.00  
Johannisberg . . . . . 21.00 22.00  
Claus Johannisberg, 1893. 30.00  
Hock Mousseux . . . . . 18.00 19.50

**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  
"Raenthaler" . . . . . 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

**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 . . . . . ½ flasks 16.00

**WHISKEYS CANADIENS**

**Jos. E. Seagram (16) . . . . . La cse**  
"Star" Rye . . . . . Pintes  
"Star" Rye . . . . . Flasks, 32s.  
"Star" Rye . . . . . Flasks, 64s.  
White Wheat . . . . . Pintes.  
White Wheat . . . . . Flasks, 32s.  
No. "83" Rye . . . . . Pintes.  
No. "83" Rye . . . . . Flasks, 16s.

**Hiram Walker & Sons (8) . . . . . La cse**  
Canadian Club, 5 ans d'âge, Pts 10.00  
Canadian Club . . . . . Flasks, 16s. 10.50  
Canadian Club . . ½ Flasks, 32s. 11.00  
Imperial . . . . . Pintes 7.75  
Imperial . . . . . Flasks, 16s. 8.25  
Imperial . . . . . ½ Flasks, 32s. 8.50  
Baronial . . . . . Pintes 6.25  
Baronial . . . . . 32 Flasks 7.00

**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 :

- 4. John Hope & Co.
- 12. Law, Young & Co.
- 15. J. M. Douglas & Co.
- 8. Hiram, Walker & Sons.
- 14. L. A. Wilson Co., Ltd.
- 16. Meagher, Bros. & Co., Limited.

# 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.

## IMPERIAL TOBACCO COMPANY OF CANADA, Limited.

CIGARETTES	Par mille
Richmond Straight Cut No 1, 10s	11.00
Sweet Caporal, en boîtes de 10 ..	8.50
Athlete, boîtes de 10 ou pqts 10s.	8.50
<b>Gold Crest.</b>	
En btes de 20 à coulisse 500	3.33 6.00
<b>Vanity Fair.</b>	
En btes de 10 à coulisse 500	3.65 7.30
<b>Vice Roy (Petits Cigares)</b>	
En btes de 10 à coulisse 500	4.25 8.50
New Light (tout tabac) 10s...	8.50
Sub Rosa (tout tabac)...	8.50
<b>Le Roy (Petits Cigares)</b>	
En boîtes de 10 ..	8.50
Derby en pqts de 6 (600) 3.93; 10s	6.55
Columbia, en btes à coulisse de 10	11.00
Old Gold, 6 (600) 3.78; 1/10s. ..	6.30
Prince, 7, (700) 4.02; 10s. ....	5.75
Sweet Sixteen, pqts, 7s, 4.02; 10s.	5.75
Murad, (Turques), bouts en papier ..	12.00
Hassan (Turques)—	
En boîtes de 10 ..	8.50
Mecca (Turques)—	
En boîtes de 10 ..	8.50
Mogul (Turques) bouts en papier ou en liège ..	12.00
Dardanelles (Turques) bouts en papier 12.25, en liège ou argent.	12.50
Yildiz (Turques) bouts en or, 10s	15.00
Yildiz Magnums, bouts en papier, en liège ou en or, 10s. et 100s.	20.00
Virginia Brights, bte de 600, \$3.50	5.83
Gloria, 7s (700) 4.02; 10s. ....	5.75
High Admiral, 10s ..	7.00
Guinea Gold ..	12.00
Otto de Rose, 10s. ....	13.00
Bouquet, boîtes à coulisse, 7s. 350; 2.01 ..	5.75
Pin Head, btes à coulisse, 6s. 600; 3.50 ..	5.84
<b>Piccadilly—</b>	
En boîtes de 10 ..	18.50
<b>Pall Mall (Egyptiennes)—</b>	
Bouts en liège seulement.	
En boîtes de 10 ..	18.50
<b>Pall Mall (King Size)—</b>	
En boîtes de 10 ..	25.00
<b>Imperial Tobacco Co.'s—</b>	
Egyptiennes No 1 (Plain).	
En boîtes de 10 ..	18.00
<b>Imperial Tobacco Co.'s—</b>	
Egyptiennes No 2 (Liège ou papier)	
En boîtes de 10 ..	11.00
<b>Imperial A. A.—</b>	
En boîtes plates de 10 ..	27.00
<b>Imperial A. A. 1--</b>	
En boîtes plates de 10 ..	35.00
<b>Mon Plaisir—</b>	
En boîtes de 20 ..	10.50
<b>Duke of Durham—</b>	
En boîtes à coulisse de 10 ..	7.00
<b>Pedro—</b>	
En boîtes de 10 ..	7.00
<b>Old Chum Cigarettes—</b>	
En boîtes de 10 ..	8.00

Effendi (Egyptiennes)—	
Liège ou papier.	
En boîtes de 10 ..	12.00
<b>Maspero Frères, cigarettes Nilotometer—</b>	
En boîtes de 10 ..	20.00
<b>Egyptian Deities No. 1.</b>	
En btes de 10 à coulisse, 100	2.70 27.00
<b>Egyptian Deities No. 3.</b>	
En btes de 10 à coulisse, 100	2.00 20.00

## CIGARETTES DE WILLS

### Three Castles.

	Par M.
Btes fer blanc herm. de 50 ..	15.00
Btes fer bl. plates fantaisie de 10	16.00
En cartons de 10 ..	15.00
<b>Three Castles (Gold-tipped).</b>	
En btes fer blanc plates de 50..	19.00
En btes fer blanc plates de 10..	20.00
<b>Gold Flake.</b>	
En btes fer blanc herm. de 50..	12.50
En paquets de 10 ..	12.50
En boîtes à coulisse de 10 ..	12.50
<b>Capstan (Doux).</b>	
En btes fer blanc herm. de 50..	12.00
En cartons (avec bouts) de 10..	12.00
En cartons de 10 ..	12.00
<b>Capstan (Moyen).</b>	
En btes fer blanc herm. de 50..	12.00
En cartons de 10 ..	12.00
En cartons de 10 (avec bouts) ..	12.50
<b>Wild Woodbine.</b>	
En paquets de 10 ..	12.50

## CIGARETTES DE LAMBERT & BUTLER.

### Garrick Mixture.

	Par M.
En btes fer-blanc herm. de 50..	19.00
En boîtes de 10 rembourrées ..	19.00
<b>Tabacs à cigarettes.</b>	
<b>B. C. No 1, pqts, 1/12, btes 5 lbs.</b>	1.00
Puritan, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00
Athlete, paquets ou boîtes, 1/12, boîtes 5 lbs. ....	1.05
Derby, en boîtes de fer blanc 1/2s.	.95
Vanity Fair, pqts, 1/2s, btes 5 lbs..	1.20
Sultana, pqts, 1/12s, btes 5 lbs..	1.00
Gloria, pqts, 1/12s, btes 5 lbs. ....	1.00
Southern Straight Cut, paquets, 1/12s, btes 5 lbs. ....	1.00
Sweet Caporal, pqts 1/13s, btes 2 lbs. ....	1.15
Houde's Straight Cut No 1, pqts, 1/12s, boîtes 5 lbs. ....	1.00
Harem (Turque), pqts, 1/16s, boîtes 5 lbs. ....	1.35
1/2 lb boîtes de fer blanc. ....	1.40
Houde's (Turques)—	
1/20 pqts, 5 lbs. boîtes ..	1.70
Hochfeiner (Turques)—	
1/16 pqts, 5 lbs. boîtes ..	1.10

Osman (Turque)—	
1/16 pqts. 5 lbs boîtes ..	1.15

### Tabacs coupés à fumer.

	La lb.
<b>Old Chum—</b>	
En boîtes de fer blanc, 1/6s. ....	.95
En boîtes de fer blanc, 1/4 lb. ..	.80
En boîtes de fer blanc, 1 lb. ..	.80
Pqts. 1/10s boîtes 5 lbs. ....	.79
En sacs, 1/5s, boîtes 5 lbs. ....	.83
<b>Puritan Cut Plug—</b>	
Pqts. 1/11s, boîtes 5 lbs. ....	.85
En boîtes de fer blanc, 1/4 et 1/2 lb.	.85
En boîtes de fer blanc, 1/5s. ....	.93
En boîtes de fer blanc, 1 lb. ....	.83
<b>Full Dress—</b>	
En boîtes de fer blanc, 1/5 et 1/2 lb	.95
<b>Meerschaum—</b>	
Pqts. 1/10s, boîtes 5 lbs. ....	.79
En boîtes de fer blanc, 1/4 lb. ....	.80
En sacs 1/5, boîtes 5 lbs. ....	.83
<b>Ritchie's Smoking Mixture—</b>	
Pqts. 1/10s, boîtes 5 lbs. ....	.80
<b>Ritchie's Cut Plug—</b>	
Pqts. 1/16s, boîtes 5 lbs. ....	.71
<b>Unique—</b>	
Pqts. 1/15s, boîtes 5 lbs. ....	.65
Pqts. 1 lb., boîtes 5 lbs. ....	.61
Pqts. 1/2 lb., boîtes 5 lbs. ....	.60
<b>Calabash Mixture—</b>	
1 lb. boîtes en fer blanc, cartons	
2 lbs. ....	1.15
1/2 lb. boîtes en fer blanc, cartons	
2 lbs. ....	1.15
1/2 lb. boîtes en fer blanc, cartons	
2 lbs. ....	1.20
1/2 lb. boîtes en fer blanc, cartons	
2 lbs. ....	1.35

## NATIONAL SNUFF 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
<b>Houde's Dark Snuff—</b>	
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
<b>Copenhagen—en boîtes 1/12 lb.</b>	90
Velvet, 1/10 bte, cartons, 3 lbs. ....	1.28
<b>Horseshoe—en boîtes de 1/12 lb.</b>	90
<b>Tabacs américains à fumer. La lb.</b>	
<b>Pride of Virginia—</b>	
1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons ..	1.33
<b>Old English Curve Cut—</b>	
1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons 2 1/2 lbs. ....	1.33
1/2 lb. boîtes en fer blanc (fermeture hermétique) ..	1.40
<b>Rose Leaf (coupé fin à chiquer)—</b>	
1 oz. torquettes, en 1 lb. drums,	1.20

<b>Van Bibber Cut Plug.</b>		pqts 1/6, boîtes 5 lbs. . . . .	24	Petit Bleu—	
Btes fer bl. 1/10 lb. 2½ lb. cartons. 1.28		pqts ½ et 1 lb. . . . .	20	pqts 1/12 et ¼, boîtes de 5 lbs. 50	
(Foncé ou aromatique)		<b>Carillon (à fumer et à chiquer)</b>		pqts ½ et 1 lb., sous étain .. 40	
<b>Mayo's Cut Plug.</b>		pqts 1/10 boîtes de 5 lbs. . . . .	4c	<b>L. L. V.—</b>	
Paquets 1/10 5 lbs. cartons. . . . . 1.00		<b>Lion Brand—</b>		pqts ½ lb., sous étain . . . . . 40	
<b>Paterson's Seal—</b>		sac papier 1/10, boîtes 5 lbs. . . . .	35	pqts 1/12, boîtes de 5 lbs. . . . . 46	
1/5 lb. boîtes, cartons 5 lbs. . . . . 1.09		<b>Tri-Color—</b>		<b>Petit Poucet—</b>	
<b>Tuxedo Granulated Plug—</b>		boîtes de 1lb. . . . .	32	pqts 1/12, boîtes de 5 lbs. . . . . 48	
1/10 boîtes en fer-blanc, 2½ lbs. cartons . . . . . 1.35		<b>Rainbow—</b>		<b>Le Petit Jaune—</b>	
<b>Lucky Strike—</b>		pqts 1/9, boîtes 5 lbs. . . . .	70	pqts 1/12, boîtes de 5 lbs. . . . . 46	
½ btes en fer blanc 3 lbs. cartons 1.28		boîtes en fer blanc ½ lb. . . . .	73	<b>Calabresse—</b>	
1/5 lb. boîtes en fer blanc, cartons 5 lbs. . . . . 1.28		boîtes en fer blanc ¼ lb. . . . .	78	pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . . 60	
1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons 2½ lbs. . . . . 1.33		sacs 1/5, boîtes de 5 lbs. . . . .	78	<b>Swoboda—</b>	
½ lb. boîtes en fer blanc . . . . . 1.26		<b>Crema—</b>		boîtes à coulisse 1/9, boîtes de 5 lbs. . . . . 64	
1 lb. boîtes en fer blanc . . . . . 1.24		pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . .	52	<b>Carlo—</b>	
<b>IMPERIAL TOBACCO COMPANY</b>		<b>Patriot—</b>		pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . . 55	
<b>OF CANADA, Limited.</b>		boîtes en fer blanc de 1 lb. . . . .	25	<b>Ali Baba—</b>	
(Empire Branch)		Tabacs Naturels, coupés, à fumer.		pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . . 60	
Tabacs à chiquer		Parfum d'Italie—		btes à coulisse 1/9, btes de 5 lbs. 65	
Stag, barres, 5 1/3 à la livre . . . . 0.38		pqts 1/12, boîtes de 5 lbs. . . . .	48	Tabac à chiquer en tablettes	
Bobs, 5 et 12, à la livre . . . . . 0.39		<b>Red Cross—</b>		<b>Spun Roll—</b>	
Pay Roll, barres, 7 ½s. Palettes 7s 0.56		pqts de 1/10, boîtes de 5 lbs. . . . .	40	pqts 1/16, boîtes de 1 lb. . . . . 60	
Club, 6s. et 12s. . . . . 0.40		pqts de ½ lb. . . . .	40	Tabac naturel coupé et pressé	
Black Watch, 6s. . . . . 0.44		pqts de 1/7, boîtes de 5 lbs. . . . .	55	<b>Original—</b>	
Currency, 6 ½s. et 12s. . . . . 0.46		<b>Rouge et Quesnel—</b>		pqts ½ et ¼, boîtes de 5 lbs. . . . 60	
Empire Navy, barres, 14 oz. . . . . 0.51		pqts 1/10, boîtes de 5 lbs. . . . .	38	Tabac Coupé, Tranché, en Palettes.	
Tabacs à fumer		pqts 1/5, ½ et 1 lb. . . . .	35	<b>Bamboo (Curved Cut)—</b>	
Shamrock, 2 x 4, 6s. . . . . 0.45		<b>Bellefeuille—</b>		boîtes en fer blanc, 1/10, bts 3 lbs. 75	
Pedro, barres, 16 oz. 5s. . . . . 0.55		pqts 1/6, boîtes de 5 lbs. . . . .	24	<b>Caribou—</b>	
Tabacs hachés		pqts 1/3 lb. . . . .	24	boîtes 1/7, boîtes de 5 lbs. . . . . 50	
Great West, (sacs) 8s. . . . . 0.59		pqts de 1 lb. . . . .	20	<b>CIGARETTES</b>	
Regal Cube Cut, btes fer-blanc, 9s. 0.70		<b>Prairie—</b>		"Melachrino" Domestiques	
Taxi, Crimp Cut, btes fer-blanc, 10s. 0.78		pqts 1/10, boîtes de 5 lbs. . . . .	38	Grosneur Par 1000	
<b>THE B. HOUDE CO., LTD.,</b>		<b>Richelieu—</b>		No 8—Mince. Bouts unis en 10s,	
<b>QUEBEC.</b>		1/10 lb. . . . .	40	50s, 100s . . . . . \$12.00	
Tabacs coupés à fumer.		<b>Old Style—</b>		No 9—Bouts en liège en 10s, 50s,	
Casino—		1/10 lb. . . . .	75	100s . . . . . 12.00	
pqts ¼, boîtes 5 lbs. . . . . 27		<b>Tabacs à Cigarettes</b>		<b>Non Plus Ultra—Bouts en liège en</b>	
		<b>Rugby—</b>		10s, 50s, 100s . . . . . 18.50	
		1/9 (boîtes à coulisse), boîtes		No 4—Bouts unis en 10s, 50s, 100s 25.00	
		5 lbs. . . . .	67		
		pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . .	60		
		pqts ½ et 1 lb. . . . .	60		

**Demandez le Tabac Naturel Haché à Fumer**

**“TRICOLORE”**

**DOUX ET AGREABLE AU GOUT**

Manufacturé par . . **THE B. HOUDE COMPANY, LIMITED, QUEBEC.**

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ “LE PRIX COURANT”.

# Cigares et Tabacs

## CULTURE DU TABAC

### Les tabacs pour enveloppes dans la province de Québec.

**L'épamprement.** — L'importance de ce travail n'est pas encore suffisamment admise par le plus grand nombre des planteurs de tabac canadien. Elle peut être secondaire quand il s'agit des tabacs à pipe proprement dits, Blue Pryor, General Grant, etc., mais elle est primordiale quand il s'agit de la culture des tabacs pour enveloppes, comme le Comstock.

L'enlèvement des feuilles basses, sur une hauteur de 4 à 6 pouces en dessus du sol, ne prive la plante que d'organes à peu près inutiles, appelés à dépérir rapidement, à se salir au contact du sol, à abriter les insectes, à nuire en un mot à la valeur et à l'uniformité de la récolte.

Ce travail ne supprime pas ce que l'on désigne communément sous le nom de feuilles basses, car les feuilles inférieures seront toujours plus légères et moins élastiques, mais il en diminue la proportion. Dans tous les cas, il débarrasse la récolte future de ce que l'on appelle feuilles de pied, ou feuilles de terre, que l'on considère comme des déchets dont le manufacturier est encombré. D'autre part les feuilles basses conservées au moment de l'épamprement acquerront un plus grand développement, elles fourniront des tabacs plus légers pour la coupe qu'il est possible d'utiliser dans la fabrication des cigares et qui trouveront facilement un marché. L'ensemble des feuilles conservées sur la plante acquerra une texture plus solide, et leur qualité sera augmentée.

**Écimage précoce.** — L'écimage ou "étêtage" est une opération trop souvent différée par le planteur de tabac. Elle peut être entreprise dès que le bouton floral commence à se former, et bien avant qu'il ne commence à sortir. Les planteurs les plus expérimentés arrivent même à effectuer l'écimage de meilleure heure, en s'inquiétant peu de l'état d'avancement du bourgeon terminal pourvu qu'ils puissent atteindre ce dernier et le briser sans froisser les feuilles restantes, à peine formées et d'une extrême délicatesse. La moindre lésion faite à ce moment à des tissus tendres, en pleine végétation, s'exagère considérablement à mesure que les feuilles supérieures se développent et peut compromettre ces dernières irrémédiablement.

L'écimage précoce est donc une opération délicate, mais, s'il est bien réussi, il en résulte des feuilles de couronne presque aussi développées que les feuilles médianes et d'un emploi plus avantageux en manufacture que les feuilles trop courtes et relativement plus épaisses qui résultent de l'écimage tardif, feuilles qui donnent un mauvais rendement sous le hachoir et qui, si on les traite en vue de leur utilisation comme "fillers", (intérieurs de cigares), risquent de compromettre la réputation naissante des fillers canadiens, à cause de leur arôme défectueux et de leur trop grande teneur en nicotine.

Jusqu'à preuve du contraire, le Comstock Spanish doit être considéré comme une variété pour "binders" (envelop-

pes), et il faut le cultiver de manière à obtenir la proportion d'enveloppes la plus grande possible. Les moyens indiqués précédemment permettront d'obtenir ces résultats. Quant aux feuilles basses trop légères pour faire de bons "binders", elles trouveront facilement un emploi, soit dans des mélanges avec les feuilles supérieures (tabacs à pipe relativement légers), soit dans la fabrication des cigarettes, pour laquelle on demande actuellement des tabacs légers et de couleur claire.

Si ces tabacs sont bien réussis, ils réaliseront des prix avantageux. Il faut cependant que le planteur canadien qui se livre à la culture du Comstock, surtout dans les comtés Nord, s'habitue à trier sa récolte en trois catégories: feuilles basses, feuilles moyennes et feuilles supérieures. Ce travail sera plus aisé et plus efficace si les Comstocks sont cultivés conformément à ce qui a été dit plus haut, tandis qu'il donnera toujours des résultats insuffisants si la plante n'a pas été traitée convenablement.

Malgré l'assertion trop répandue que le planteur ne trouve pas dans un prix de vente plus élevé une compensation suffisante pour le travail supplémentaire que représente le triage dont nous parlons, il s'apercevra bientôt que, au contraire de ce qu'il suppose, (que le manufacturier cherche à payer le prix le plus bas possible pour des tabacs non triés), ce dernier préfère payer un peu plus cher, si ce qu'on lui offre convient exactement aux besoins de sa fabrication et ne l'expose pas à des déchets, ni ne l'oblige à se livrer à des fabrications inférieures afin d'utiliser ces derniers.

Plus qu'on ne le croit généralement, l'avenir de la culture du tabac au Canada est entre les mains du cultivateur même. Nous n'affirmons pas que la situation du planteur de Québec se soit améliorée considérablement pendant les dernières années, mais les plus sincères et plus habiles reconnaîtront qu'il n'est pas bien difficile, à l'heure actuelle, de placer rapidement et à un prix avantageux une récolte de tabac bien réussie.

(Extrait d'une étude de

F. CHARLAN,  
Chef du Service des Tabacs, Ottawa.)

### EXCELLENTE RAISON

Un des plus vifs étonnements qui puissent frapper les étrangers visitant Londres, est certainement le spectacle que présentent, le dimanche, les promenades publiques de la grande cité.

A Regent's Park, à Hyde Park, on peut voir des groupes de dix, vingt et même cinquante personnes entourant et écoutant avec une grande déférence un monsieur qui, sur un ton dogmatique et sentencieux, répand la bonne parole, prêche la morale, encourage son auditoire au bien.

# 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.**

Jamais de cris discordants, jamais de dispute. La discussion est admise, sous des formes toujours courtoises—et qui n'excluent nullement la finesse ni même l'humour où excellent nos voisins.

A preuve ce bout de dialogue entre un orateur prêchant contre l'abus du tabac et un de ses auditeurs.

—Oui, gentlemen, le tabac fait autant de mal à la bourse qu'à la gorge... Tenez, vous, qui fumez un gros cigare, depuis combien de temps pratiquez-vous cette détestable habitude?

—Depuis... vingt ans environ.

—Combien vous coûte-t-elle par jour?

—Quarante sous, en moyenne.

—Eh bien, faites le compte. Si vous aviez économisé quarante sous par jour pendant vingt ans, vous auriez aujourd'hui une somme considérable. Vous seriez peut-être propriétaire de cette belle maison, là, en face.

—Pardon... fit le fumeur à l'orateur. Vous n'avez jamais fumé, vous, n'est-ce pas?

—Non.

—Eh bien, est-ce qu'elle est à vous, la belle maison d'en face?

—Non.

—Je le sais bien: elle est à moi.

\* \* \*

Adoptez en affaires des méthodes qui rendront votre établissement agréable à vos employés et, lorsque vous aurez un bon homme, efforcez-vous de le garder. Un commis incompetent dans un magasin de cigares coûte trop cher à n'importe quel salaire, tandis qu'un homme fiable et compétent est toujours un bon actif et très difficile à remplacer.

Tout comme vous recommandez à vos clients des articles dignes de confiance, assurez-vous d'employés en qui vous pouvez avoir confiance et qui puissent livrer la marchandise. Il vaut mieux ne changer d'employés que lorsqu'on y est forcé.

## EXPORTATIONS DE CIGARES DE LA HAVANE.

Chiffres officiels concernant les expéditions de cigares de La Havane dans tous les pays durant la seconde quinzaine de juillet.

Les chiffres sont les suivants:

	Cigares.
Grande-Bretagne et Irlande	3,508,320
Etats-Unis	2,732,885
Espagne	858,830
République Argentine	475,549
Canada	437,800
France	406,900
Autriche	376,750
Allemagne	264,175
Chili	242,812
Afrique Espagnole	148,750
Australie	136,500
Iles Canaries	29,475
Uruguay	25,500
Vénézuéla	13,950
Gibraltar	12,350
Chine	7,000
Portugal	6,300
Antilles Hollandaises	4,000
Egypte	3,500

Inde Anglaise	3,100
Barbades	2,100
Roumanie	2,000
Russie	2,000
Guatemala	1,500
Panama	500

Total du 16 au 31 juillet 1913	9,702,546
Total du 16 au 31 juillet 1912	5,089,787

Augmentation dans la deuxième moitié de juillet 1913	4,612,759
------------------------------------------------------	-----------

Total du 1er janvier au 31 juillet 1913	101,799,588
Total du 1er janvier au 31 juillet 1912	89,233,620

Augmentation pendant les sept mois de 1913	12,565,968
--------------------------------------------	------------

Augmentation dans des pays pendant la deuxième moitié de juillet 1913, relativement à la période correspondante en 1912:

	Cigares.
Grande-Bretagne et Irlande	2,298,398
Etats-Unis	722,040
Espagne	593,730
République Argentine	312,849
Chili	232,812
Australie	172,000
Afrique Espagnole	148,750
France	111,900
Autriche	109,600
Allemagne	63,105

Diminution dans des pays durant la deuxième moitié de juillet 1913, relativement à 1912:

	Cigares.
Canada	48,800
Afrique Anglaise	38,500
Bésil	25,300

## LA GUERRE DES BALKANS.

La guerre dans les Balkans n'a pas été sans produire des effets sérieux sur certaines des entreprises industrielles des Etats-Unis. On a annoncé, il y a quelques semaines, la destruction du grand entrepôt de l'American Tobacco Co., à Seres, quand cette ville fut mise à sac par les Bulgares; plusieurs des agents d'achat de la compagnie ont été tués.

Les cultivateurs de tabac vivent dans des villages pour se protéger contre les brigands et rapportent le tabac de leurs plantations environnantes dans leurs maisons. L'American Tobacco Co., parmi les autres importateurs de feuilles, emploie des agents qui visitent ces villages et font des achats.

La plupart de ces acheteurs sont des Grecs et quand les Bulgares saccagèrent et brûlèrent Seres et les régions avoisinantes des centaines de Grecs furent tués, parmi lesquels se trouvaient un certain nombre des employés de l'American Tobacco Co.

Deux des employés Américains de cette grande Compagnie coururent de grands dangers, mais réussirent à gagner à pied Salonique.

## LES UNITED CIGAR STORES.

Des gens qui ont de forts intérêts dans l'industrie du tabac et qui sont très au courant des recettes de la compagnie, ont récemment acheté de grandes quantités de stock ordinaire de l'«United Cigar Stores» durant les dernières journées de la baisse; leurs achats se sont chiffrés par près de 15,000

parts. On dit que les directeurs de l'United Cigar Stores vont déclarer un dividende supplémentaire à leur prochaine assemblée. On sait que les recettes depuis le premier de l'an permettent de faire ce débours. Un dividende supplémentaire de  $\frac{1}{2}$  de 1 pour cent a été payé le 15 février; au mois d'avril, il n'a pas été payé de dividende supplémentaire à cause de l'opinion générale suivant laquelle il valait mieux conserver ce surplus. Pendant le mois de mai, les ventes ont atteint un montant particulièrement élevé; elles représentent un gain de 24 pour cent sur le total de la période correspondante en 1912.

Au cours actuel, l'action "United Cigar Stores" est très attrayante.

### Le British-American Tobacco.

Cette émission est toujours l'objet d'une bonne demande. Ce n'est pas que ce soit une valeur qui attire beaucoup l'attention des spéculateurs, car ses fluctuations sont plutôt faibles. Mais comme placement, c'est une valeur de premier ordre, aux environs de \$23 $\frac{1}{4}$ .

### L'HABITUDE DE FUMER.

Les poètes ont à maintes reprises parlé du tabac comme de l'herbe divine, et nous sommes persuadés que l'on continuera à fumer dans le monde entier jusqu'à la fin des temps. L'humanité a besoin de stimulant et l'effet apaisant du tabac sur les nerfs contrebalance tous les défauts que lui reprochent ses adversaires. Il se peut que l'usage immodéré du tabac puisse être nocif, mais prendre avec excès d'un aliment même le plus salubre du monde peut très bien causer des désordres graves dans l'organisme de certaines gens. Pour la majeure partie du peuple, le tabac est aussi nécessaire que les aliments; ces gens-là se priveraient plus facilement de tout autre plaisir, s'habilleraient à meilleur marché, se passeraient de bien des choses luxueuses.

Donc, puisqu'on peut à juste titre classer le tabac parmi les choses essentielles à l'existence de l'humanité contemporaine, pourquoi les législateurs essaieraient-ils d'imposer un fardeau illégitime à la majorité de la population, en augmentant le coût d'une marchandise de première nécessité aujourd'hui? C'est plutôt le contraire qu'on devrait faire; au cas où les gouvernements auraient besoin d'un revenu plus considérable, qu'ils réduisent les droits ou taxes de moitié, ce qui, somme toute, ne diminuerait pas le revenu, loin de là, car la consommation devient en fort peu de temps bien plus forte. Le tabac et les cigares de La Havane qui sont classés en tête, indiscutablement, de toutes les variétés de tabac, peuvent être considérés comme les aristocrates de la famille; ils sont du prix le plus élevé et pour cette raison, en raison des droits exorbitants, seuls les riches peuvent en fumer; mais, si on réduisait les droits, un grand nombre de personnes moins fortunées pourraient en fumer. C'est pourquoi Cuba fait appel au gouvernement des Etats-Unis et lui demande de réduire les droits, dans le nouveau traité de réciprocité, à \$2 par livre, pour les cigares, et à 20 cents par livre, pour la feuille de tabac.

Certains pessimistes de La Havane ont allégué qu'ils voient des symptômes d'une prochaine panique commerciale aux Etats-Unis, mais nous ne comprenons pas pourquoi une semblable calamité est probable. Les paniques sont survenues, règle générale, après une période de 14 à 20 ans, depuis l'année 1837, et comme six années seulement se sont écoulées depuis 1907, il est peu probable que nous soyons à la veille d'une nouvelle panique. Les paniques, en général, surviennent comme un coup de tonnerre, après une période d'acti-

tivité commerciale extraordinaire, déterminée par une surproduction, et une accumulation de stocks pour lesquels on ne trouve pas de débouché.

En autant que nous le sachions, il ne peut pas se produire de panique quand dans tout le pays on a adopté la politique d'économie et quand les perspectives en faveur d'abondantes récoltes sont aussi belles qu'elles le sont aux Etats-Unis en ce moment. Nous ne parlons pas des paniques à la Bourse, car elles se produisent plus fréquemment et sont assez souvent causées par les agissements, les manipulations de joueurs effrénés. Ce ne sont là que des feux de paille, qui ne sont pas de longue durée, quelque brillants qu'ils puissent être. A moins que plusieurs banques importantes, reconnues jusqu'ici comme très solides, que certains établissements de crédit ne suspendent leurs paiements, aucune panique commerciale n'est possible et nous croyons savoir que dans ces institutions on a sagement augmenté les réserves.

Il y a une grande activité dans les districts ruraux de Cuba et tous les escogidas sont très affairés à envoyer les balles de feuille de tabac au marché de La Havane.

Les arrivages à partir de maintenant vont être plus considérables, de semaine en semaine. On déclare que la moitié environ des récoltes de Vuelta Abajo, Semi Vuelta et Partido a déjà été achetée. Dans la province de Santa Clara les marchands de feuilles de La Havane ont déjà acheté un tiers de la meilleure qualité de Remedios à des prix élevés. La plupart des marchands de feuilles en gros et des expéditeurs ont donné des ordres à leurs acheteurs dans la campagne et leur ont enjoint de revenir à La Havane et d'y attendre les événements.

A moins d'événements imprévus, la feuille de tabac réellement bonne sera recherchée à des prix élevés, cet automne, car il n'y aura plus de surplus de tabac de ce genre.

### L'EFFICACITE DU NOUVEAU REGLEMENT DE LA COMPAGNIE DES TRAMWAYS

Est-ce que le nouveau règlement défendant de fumer sur la plateforme-arrière des tramways produira la décongestion en vue de laquelle il a été mis en vigueur? "Sans aucun doute", disent les hauts fonctionnaires de la Compagnie des Tramways. "Peut-être", disent certains conducteurs qui font remarquer que bien que le règlement ait eu pour effet de débarrasser la plateforme-arrière, il a chassé les hommes dans l'intérieur des tramways, ce qui fait qu'il reste bien peu de sièges disponibles pour les voyageuses.

### EXPEDITION ENORME DE LA PULPE

La production de la pulpe au Canada l'année dernière, a été de 682,000 tonnes.

De cette quantité, 495,000 tonnes provenant de la Province de Québec, étaient évaluées approximativement à neuf millions de dollars.

Une bonne partie de cette somme a été dépensée à Sherbrooke pour approvisionnements, et probablement qu'une somme plus considérable nous reviendra cette année.

Maintenant que la moisson est bientôt achevée, les bûcherons tournent leurs regards vers la forêt, et se préparent à faire leurs provisions pour l'hiver, voilà le moment où le tabac à chiquer en palettes "Empire Navy" est de plus en plus recherché, c'est la marque favorite de tous les bûcherons, et leur compagnon inséparable dans les bois, au camp et partout.

# CHAMPAGNE

## PIPER-HEIDSIECK

ETABLI A REIMS,

France

En 1785

Brut, Sec, Très Sec, En caisses et en paniers,  
Pintes, Chopines, Demiards.

### Conserves Canadiennes

L'assortiment le plus complet, Stock le plus choisi.

#### Légumes,

Blé d'Inde,  
Betteraves,  
Asperges,  
Haricots,  
Tomates,  
Pois, etc.,

#### Poissons

Saumons,  
Sardines,  
Homards,  
Harengs,  
Ecrevisses,  
Huitres, etc.,

#### Fruits

Framboises.  
Pommes.  
Fraises.  
Poires.  
Pêches.  
Prunes, etc.

### PETITS POIS IMPORTES

#### Marque "SOLEIL"

Insistez pour la marque "SOLEIL" vous y trouverez votre profit.

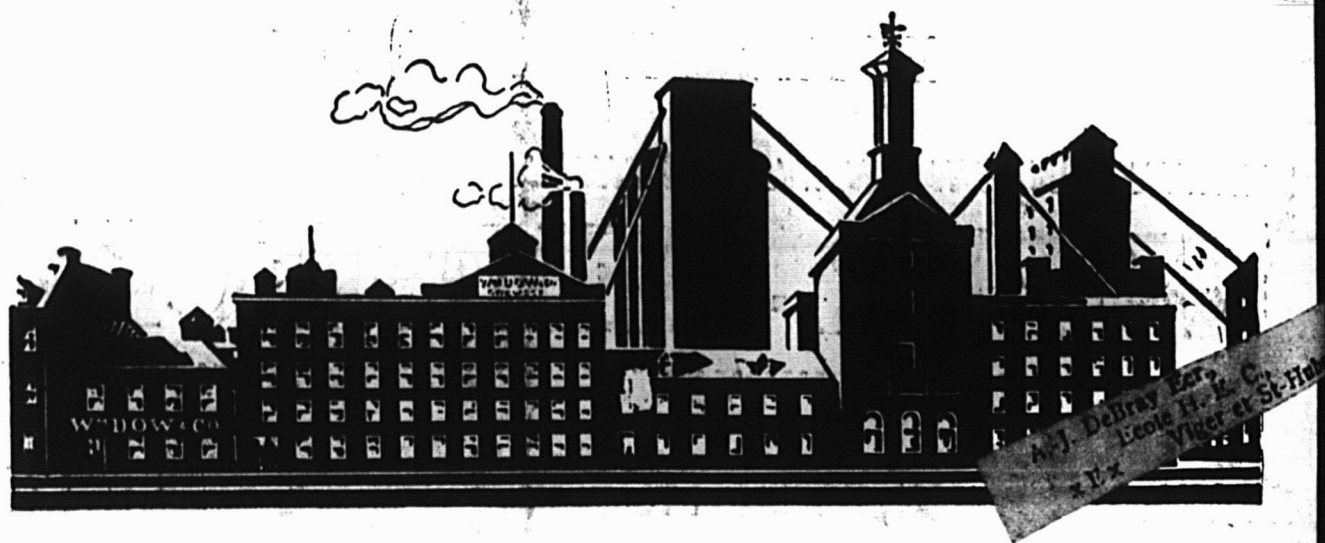
Ecrivez, Téléphonnez, Télégraphiez.

Laporte, Martin, Limitée.

568, RUE ST-PAUL, MONTREAL.

Tel., MAIN 3766





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.

Successeurs de W. DOW & CO.,

MONTREAL.