

DRIX COURANT

J. E. Yulier,
6 Beaver Hall Square



Fondé en 1887

MONTREAL, vendredi 19 janvier 1917

Vol. XXX—No 3



Assurez votre succès de demain

En poussant de l'avant et en vendant aujourd'hui les meilleures marchandises modèles—marchandises connues pour leur qualité et leur pureté supérieures, le genre que vous pouvez honnêtement recommander—vous rendez certain votre succès de demain.

Produits Laitiers de Borden

Les Produits Laitiers de Borden occupent depuis près de 60 ans la position la plus élevée au point de vue de la qualité et de la pureté. Ils ont fait leur preuve comme étant les meilleurs pour l'augmentation de vos bénéfices et pour former les bases d'un commerce futur.

Vendez les Marques Borden et vous obtiendrez du succès. En les vendant vous donnerez aussi la plus grande satisfaction à vos clients.

Commencez aujourd'hui

BORDEN MILK COMPANY., LTD

"Leaders of Quality"
MONTREAL





Tout est Profit..

à ne vendre que des marchandises dont la qualité ne peut être contestée. ¶ D'abord pas de discussion avec la clientèle, et, par conséquent, pas de friction, pas de froissement, mais satisfaction pour le marchand comme pour le client.

Une marchandise de qualité supérieure est toujours de bonne vente; elle n'a pas le temps de se défraîchir dans le magasin; les ventes se succèdent rapidement et les profits se multiplient en conséquence.

C'est ce qui arrive avec les Produits de la Marque "Jonas":

Essences Culinaires de Jonas Moutarde Française de Jonas Vernis Militaire de Jonas

La ménagère ne discute pas leur qualité; elle sait que ce sont des *produits supérieurs*; c'est pourquoi elle les redemande toujours après en avoir fait l'essai. ¶ Le grand débit des Produits Jonas est une source de profits pour le marchand.

Avec eux pas de capital mort, mais un capital actif, roulant et se renouvelant sans cesse.

Avec les Produits Jonas, pas de déboires, pas de pertes, mais des Profits certains, toujours renouvelés.



Henri Jonas & Cie

173-177 rue Saint-Paul Ouest, MONTREAL



Trois Fèves font 3c de Profit Voici comment

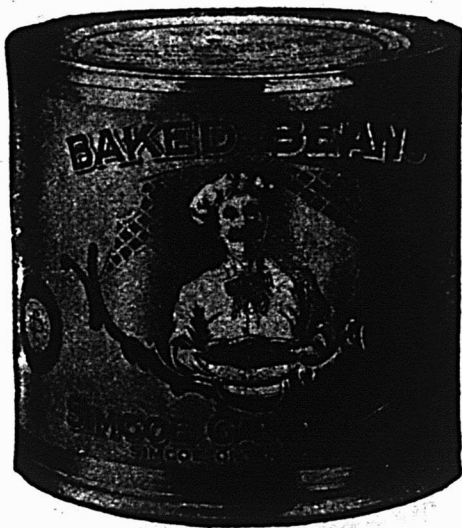
Ouvrez une boîte de Fèves Simcoe (assaisonnées Sauce Poivrade) dans un grand bol, et couvrez le bol d'une assiette en plaçant une fourchette sur l'assiette.

Ensuite—

Lorsqu'un client entre dans votre magasin, placez trois fèves sur un morceau de biscuit et laissez le client les goûter.

Le Résultat—

Une vente de Fèves Simcoe —3c ou plus de profit pour vous. Essayez cela; vos clients apprécieront ce don.



Simples ou Sauce Tomate, Sauce Poivrade ou au Lard.

Dominion Cannery

Limited

Hamilton (Canada)

PRIX COURANTS

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

WALTER BAKER & CO., LTD.

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

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

Chocolat sucré, Caracas, ¼ et ½ de liv., boîtes de 6 lbs. .031
Caracas Tablets, Cartons de 5c, 40 cartons par boîte, la boîte .135

cartons 5c. 20 cartons par boîte la boîte . 0.65

"Assortis", 23 paq. par boîte, la boîte. 1.00

Chocolat sucré "Diamond", pain de 1-6 de liv., boîtes de 6 liv. la liv. 0.34

Cinquième, pains de 1-5 de liv., boîtes de 6 liv., la livre 0.28

Cacao Falcon (pour soda chaud et froid) boîtes de 1, 4 et 10 liv., la livre 0.36

Les prix ci-dessus son F.O.F., Montréal.



REGISTERED TRADE-MARK

BRODIE & HARVIE, LIMITED

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

3 lbs. 2.20
Pqts de 6 lbs. 4.30
Superb, pqts de 3 lbs. 2.00
Pqts de 6 liv. 3.90
Crescent, pqts de 3 lbs. 2.10
Pqts de 6 lbs. 4.10
Buckwheat, pqts de 1½ liv. . 1.00
3 liv. 2.20
6 liv. 4.30
Griddle Cake, pqts de 3 lbs. . . 2.20
Pqts de 6 lbs. 4.30
Pancake, pqts de 1½ liv. . . . 1.00

Les caisses contenant 12 paquets de 6 livres ou 2 doz. de 3 liv., à 20c. chaque.

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

L. CHAPUT, FILS & CIE, LTEE,
Montréal.
"PRIMUS"

Thé Noir Ceylan et Indien
Etiquette Rouge, paquets de 1 lb. c-s 30 lbs., la livre 0.38
¼ lb.

c-s 30 lbs., la livre. 0.38
¼

lb., c-s 29¼ lbs., la livre. . . . 0.38
Etiquette Argent 1 lb.

c-s 30 lbs., la livre 0.40
¼ lb.

c-s 30 lbs., la livre. 0.40
¼

lb., c-s 29¼ lbs., la livre. . . . 0.40
"PRIMUS"

Thé Vert Naturel, non coloré. Etiquette Rouge, paquets de 1 lb., c-s 30 lbs., la livre. 0.38
¼

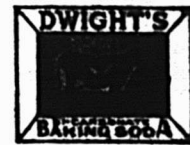
lb., c-s 30 lbs., la livre. 0.38
¼

lb., c-s 29¼ lbs., la livre. . . . 0.38
Etiquette Argent 1 lb.

lb., c-s 30 lbs., la livre. 0.40
¼

lb., c-s 30 lbs., la livre. 0.40
¼

lb., c-s 29¼ lbs., la livre. . . . 0.40
CHURCH & DWIGHT
Cow Brand Baking Soda.



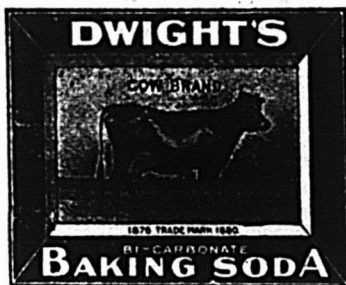
En boîtes seulement.

Empaqueté comme suit:

Caisses de 36 paquets de 5c. \$3.20
Caisse de 60 paquets de 1 lb. . . . 3.20
120 ¼ lb. . . . 3.40
30 1 lb. et
60 paq. mélangés, ¼ lb. 3.30

W. CLARK, LIMITED
Montréal.

Canservés La doz.
Corned Beef Compressé. . . ¼s. \$2.00
1s. 3.50
.3s. 7.50
.6s. 25.00



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

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

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

CHURCH & DWIGHT

Manufacturers LIMITED
MONTREAL

LA LAMPE WONDER

(LA LAMPE PUISSANTE)



est la lampe la plus nouvelle et la plus ingénieuse qui ait jamais été lancée sur le marché. Elle produit une lumière blanche, claire, brillante d'une force de 500 bougies pour moins de 1-3 de cent par heure.

Prenez cette lampe dès maintenant et ayez votre magasin éclairé aussi bien que dans les meilleures places de la ville. Elle peut être installée par n'importe qui.

Un enfant peut la manier. Absolument sûre et sans odeur. S'allume avec une allumette, très aisément. Pleinement garantie.

Marchands demandés partout comme agents locaux.

Ecrivez-nous directement pour une installation d'éclairage indépendant et à prix coûtant.

MacLaren Light Company
MERRICKVILLE (ONTARIO)

Dans un
Paquet
Hygiénique



Les paquets hygiéniques et à l'épreuve de la poussière ont révolutionné la fabrication des aliments. Les épiciers modernes accueillent favorablement les aliments mis en paquets parce que ceux-ci sont faciles à manier et que leur vente est rapide et les bénéfices sûrs. Le

Shredded Wheat

est présenté au consommateur dans un paquet hygiénique et à l'épicerie dans une caisse en bois. C'est l'unique céréale pour le déjeuner qui soit emballée dans des caisses en bois d'épinette inodores qui assurent sa propreté et sa pureté. La caisse peut être vendue facilement 10 ou 15 cents, ce qui ajoute aux bénéfices de l'épicier.

"FAIT EN CANADA" PAR

The Canadian Shredded Wheat Company Limited

Niagara Falls,

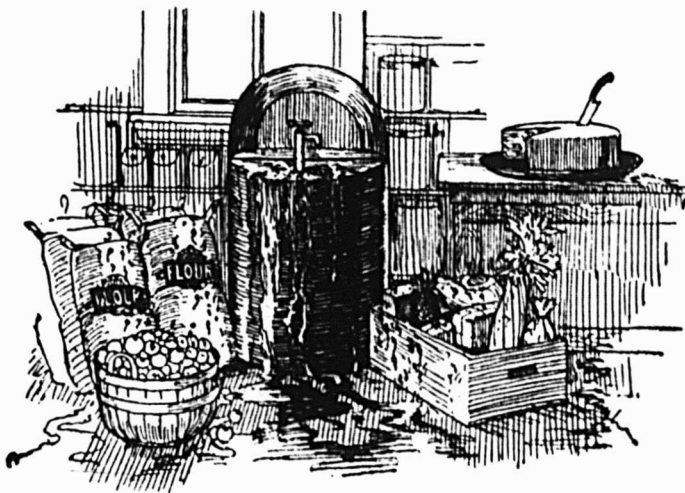
Ontario

57-U

LE MANITOBA, LA SASKATCHEWAN ET L'ALBERTA

sont des provinces qui offrent un important marché. Les affaires n'ont jamais été sur une base aussi solide qu'actuellement, dans l'Ouest, et il ne pourrait y avoir de moment plus opportun pour cimenter davantage les relations que l'on peut avoir avec les Commerçants de cette partie du pays. Les principaux EPICIERES SPECIALISTES, GERANTS DE RAYONS D'EPICERIE et EPICIERES EN GROS de l'Ouest lisent le WINNIPEG & WESTERN GROCER. Ce journal est exclusivement consacré au Commerce d'Epicerie et est l'unique publication indépendante de son genre dans le Grand Ouest. Numéro échantillon, tarifs et détails complets envoyés sur demande.

WINNIPEG & WESTERN GROCER,
320, Immeuble McIntyre,
WINNIPEG



Vous ne pouvez vous Permettre Celà

Le réservoir à l'ancienne mode, avec sa pompe trépidante, diminue vos bénéfices à cause des fuites, rend votre magasin "huileux" et "puant" et mécontente le client chaque fois que vous lui livrez des articles d'épicerie sentant le pétrole. Si vous employez encore cette méthode de vendre du pétrole vous pourriez facilement payer le coût d'un

Appareil mesurant automatiquement, de

BOWSER

ESTABLISHED 1885

avec ce qu'il vous en coûte de vous en priver.

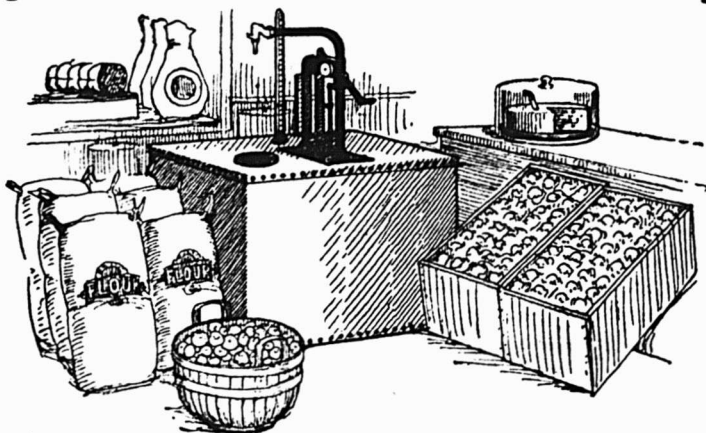
L'Appareil Bowser arrête le jet d'huile dès que vous cessez de pomper; il n'y a pas d'égouttement, il empêche positivement l'évaporation, vous économisez l'huile et préservez les aliments; il n'y a pas d'odeur d'huile, de planchers sales et imprégnés d'huile, ni d'odeur. Vous obtenez tout votre bénéfice. L'Appareil Bowser supprime les mesures et entonnoirs huileux et dégoûtants et la nécessité de vous laver les mains après chaque vente. Vous suspendez le bidon du client sur un bec propre et pompez n'importe quelle quantité déterminée à l'avance.

Nous fabriquons des appareils pour installer sur le plancher (comme ci-dessous) ou vous pouvez faire installer le réservoir dans le soubassement et placer la pompe où vous voulez à l'étage supérieur.

Il y a de l'argent à gagner dans la vente du pétrole quand on sait bien s'en servir, et la meilleure manière est d'employer un Appareil Bowser.

S. F. BOWSER & COMPANY, Inc.
TORONTO, (ONT.)

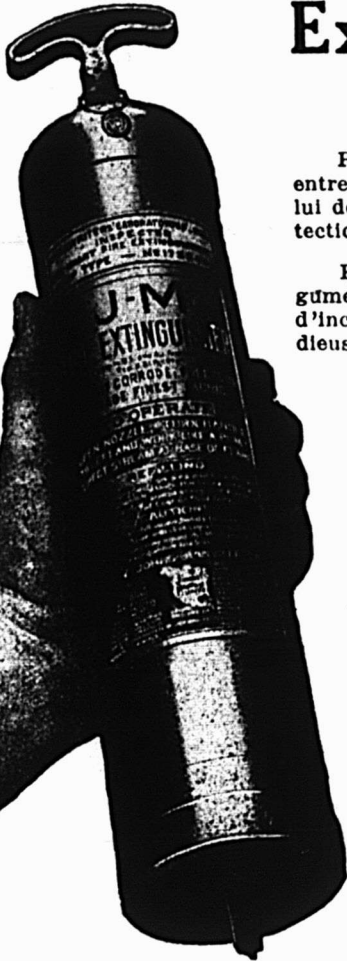
Bureaux de ventes dans tous les centres et représentants partout.





\$8.00

Fini Cuivre
ou Nickel,
Crochet
Compris.



Extincteur d'incendie de Johns-Manville

Parlez de simple extincteur d'incendie à un homme: vos paroles lui entreront peut-être par une oreille pour sortir par l'autre. Mais parlez-lui de protection, cela l'intéressera tout de suite. Il achètera de la protection, mais non un simple accessoire de celle-ci.

Pour un homme possédant une auto de \$1,500 il n'est pas besoin d'arguments afin de le convaincre que l'achat, moyennant \$8, d'un extincteur d'incendie J-M constitue une protection extraordinairement peu dispendieuse du capital qu'il a placé.

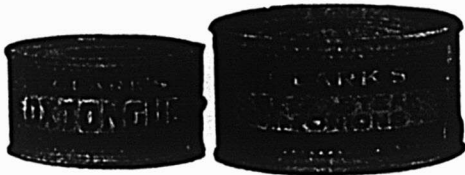
Quand vous avez réussi à lui vendre l'extincteur vous lui faites connaître la double méthode d'opération qui est une caractéristique exclusive du J-M. L'Extincteur d'incendie J-M peut être déchargé tandis que l'on pompe, ou quelques coups rapides de piston emmagasinent assez de pression pour que son contenu puisse être projeté dans des endroits étroits où manque l'espace voulu pour pomper.

Notre politique de stricte protection du commerce et d'escomptes généreux uniformes, quelle que soit la quantité que vous achetez vous assure une marge libérale de bénéfices. Ecrivez AUJOURD'HUI à notre succursale la plus proche pour demander des détails.

L'Extincteur J-M a été approuvé par l'Association Canadienne des Assureurs. Ceci donne droit aux automobilistes qui ont le J-M dans leur voiture à une réduction de 15% de la part de toutes les compagnies d'assurance du Canada qui sont membres de cette association.

**THE CANADIAN
H. W. JOHNS-MANVILLE CO., LTD.**
MONTREAL WINNIPEG TORONTO VANCOUVER

Corned Beef Compressé.....	14s.	60.00
Roast	1/2s.	2.00
.....	1s.	2.25
.....	2s.	7.25
.....	6s.	22.00
Boeuf bouilli	1s.	2.25
.....	2s.	7.25



Boeuf bouilli	6s.	22.00
Veau en gelée	1/2s.	2.00
.....	1s.	3.00

Fèves au lard, Sauce Chili, étiquettes rouge et dorée, caisse de 66 liv., 4 douz. à la caisse.	la douz.	0.90
do, 43 liv., 4 douz., la douz.	la douz.	1.15
do, grosses boîtes, 42 liv., 4 douz.,	la douz.	1.85
do, boîtes plates, 51 liv., 2 douz.	la douz.	2.45

à la Végétarienne, avec sauce tomates, boîtes de 42 liv. 1.80		
au lard, grandeur 1 1/2		
Sauce Chili, la douzaine	1.75	
Tomates, la douzaine	1.75	
Sans sauce la douzaine	1.45	
Pieds de cochons sans os.....	1s.	2.75
.....	2s.	5.50
Boeuf fumé en tranches, boîtes de fer-blanc	1/2s.	1.88
de fer-blanc	1s.	2.80
....., pots en verre	1/2s.	1.50

....., pots en verre	1/2s.	2.25
....., pots en verre	1s.	3.25
Langue, jambon et pâté de veau	1/2s.	1.50
Jambon et pâté de veau.....	1/2s.	1.20
Viandes en pots épicées, boîtes en fer-blanc, boeuf, jambon, langue, veau, gibier.....	1/2s.	0.50
en fer-blanc, boeuf, jambon, langue, veau, gibier.....	1/2s.	1.00
..... de verre, poulet, jambon, langue	1/2s.	



Langues	1/2s.	
.....	1s.	
de boeuf, boîtes en fer-blanc	1/2s.	3.50
.....	1s.	6.25
.....	1 1/2	9.50
.....	2s.	12.00
en pots de verre	1s.	

..... de boeuf, pots de verre	size 1 1/2	2s.
Viande hachée en "tins" cachetées hermétiquement	1s.	2.00
.....	2s.	3.25
.....	3s.	4.55
.....	4s.	6.25
Viande hachée en "tins" cachetées hermétiquement.	5s.	3.00
Viande hachée		
En seaux, 25 lbs.		0.12
En cuves, 50 lbs.		0.12
Sous verre		2.30

KETCHUP AUX TOMATES

Bouteilles,		
..... 56 " 16		2.00

BEURRE DE PEANUT

Beurre de Peanut, 16 " — 1/2 —	2	\$0.00
..... 24 " — 1/2 —	2	1.60
..... 17 " — 1 —	1	1.85

Btes carrées		
Seaux, 24 liv.		0.20
..... 10		0.21 1/2
..... 5		0.22

Clark's Fluid Beef Cordial, bouteilles de 20 onces, 1 douz. par caisse	10.00
Fèves au lard, sauce tomate, étiquette bleue, caisse de 66 liv., 4 douz. à la caisse, la douzaine	0.90
do, 43 liv., 4 douz., la douz.	1.15
Clark Fluid Beef Cordial, bout de 10 onces, 2 douz per caisse, 1/2 douz.	\$5.00

do, 42 liv., 2 douz., la douz. .. 1.85
 do, boîtes plates, 51 liv., 2
 douz. la douz. 2.45
 do, grosses boîtes, 68 liv., 2
 douz. la douz. 3.00
 do, grosses boîtes, 96 liv., 1
 douz. la douz. 10.00
 do, grosses boîtes, 82 liv., ¼
 douz. la douz. 14.50

FEVES AU LARD

Etiquette rose, caisse de 66 liv.
 4 douz. à la caisse . la douz. 0.80
 do, 48 liv., 4 douz. à la caisse,
 la douz. 0.95
 do, 42 liv., 2 douz. à la caisse,
 la douz. 1.60
 do, boîtes plates, 51 liv., 2 douz
 la douz. 2.00
 do, grosses boîtes, 68 liv., 2
 douz. la douz. 2.40
 do, grosse boîtes, 96 liv., 1
 douz. la douz. 3.00
 do, grosses boîtes, 82 liv., ¼
 douz. la douz. 12.00
 Veau en gelée 2s. 4.50
 6s. 21.00
 Hachis de Corned Beef.... ¼s. 1.50
 Hachis de Corned Beef... 1s. 2.50
 2s. 4.50
 Beefsteak et oignons..... ¼s. 2.00
 1s. 3.25
 Beefsteak et oignons 2s. 6.25
 Saucisse de Cambridge 1s. 3.00
 2s. 5.50
 Pieds de cochons sans os.... ¼s. 1.75
 Prix sujets à changements sans avia.
 Commandes prises par les agents su-
 jettes à acceptation. (Produits du Ca-
 nada).

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 élevés sont en vigueur, et ils sont sujets à varier sans avis.



Levain en Tablettes "Royal"
 Caisse 36 paquets à 5c. ... la caisse \$1.25

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 1 lb. 2.25
 2 doz. de 1 lb. 2.30
 1 doz. de 2½ lbs. 5.30
 ½ doz. de 5 lbs. 9.60
 2 doz. de 6 oz. à la
 1 doz. de 12 oz. cse
 1 doz. de 16 oz. \$6.00

Vendue en canistre seulement.

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

LESSIVE PARFUMÉE DE GILLETT



La cse
 4 doz. à la caisse 4.80
 8 caisses 4.20
 5 caisses ou plus 4.15



Soda "Magic" la Cse
 No. 1 caisse 60 pqts.
 de 1 lb. 3.15
 5 caisses 3.10
 No. 5, caisse de 100 pqts. de 10 oz. 3.50
 5 caisses 3.40
 Bicarbonate de Soude supérieur de "Gillett"
 Caisse de 100 lbs. par caque 3.25
 Barils de 400 lbs. par baril 8.55



Crème de Tartre "Gillett"
 ¼ lb. pqts. papier La Doz. (4 doz. à la caisse) 1.95
 ½ lb. pqts. papier (4 doz. à la caisse) 3.75
 ½ lb. Caisses avec couvert vissé (4 doz. à la caisse) 4.60
 Par Caisse

2 doz. pqts ½ lb. (Assortis \$15.05)
 4 doz. pqts ¼ b.
 5 lb. canistres carrées (¼ douz.) La lb. dans la caisse 66½c
 10 lbs. caisses en bois 61½c
 25 lbs. seaux en bois 61½c
 100 lbs. en barillets (1 baril ou plus) 67c



LA POPULARITÉ DE GOLD DUST signifie des ventes faciles pour vous

Une énorme demande de Gold Dust a été créée par le fait que celui-ci est un produit méritoire qui réduit à son minimum le travail du ménage et parce que toute personne qui s'en sert en active la vente en en faisant l'éloge.

Vous avez des commandes quotidiennes de Gold Dust parce que celui-ci est employé constamment dans la maison.

La publicité de Gold Dust est régulière, constante, toute l'année et vous vaut de nouveaux clients.

La popularité de Gold Dust signifie augmentation de ventes et de bénéfices pour vous si vous mettez ce produit en évidence dans votre magasin. En avez-vous un ample approvisionnement en mains?

THE N. K. FAIRBANK COMPANY

LIMITED
 MONTREAL

"Laissez les JUMEAUX GOLD DUST faire votre ouvrage."

Le Catsup aux Tomates de CLARK



LE MEILLEUR QUI SOIT FAIT AU CANADA

Nos conserves de la nouvelle saison sont prêtes à présent à être expédiées.

Il n'y entre aucune matière préservante ni colorante ni quoi que ce soit de falsifié.

Garanti absolument PUR

Bouteilles de 8 onces, 12 onces, ... 16 onces... 2 douzaines par caisse.

Commandez-en à votre fournisseur dès maintenant

W. Clark, Limited,
MONTREAL

WM. H. DUNN Montréal.

Edwards Soups.
(Potages Granulés, Préparés en Irlande), Variétés: Brun — Aux Tomates — Blanc, ou assorti.

Paquets, 5s. Boîtes 3 doz. chaque (assorties) par doz. 0.45
Canistres, 18s. Boîtes 3 doz., grandeur, 4 oz., par doz. 1.45
Canistres, 35s. Boîtes 3 doz., grandeur, 8 oz., par doz. 2.35

**BORDEN MILK CO., LIMITED
MONTREAL**

Liste des prix pour l'est de Fort William, (cette dernière ville comprise), dans les provinces d'Ontario, de Québec et Maritimes.



La caisse

boîtes	7.20
Reindeer, 48 boîtes	6.95
Silver Cow, 48 boîtes	6.40
"Gold Seal et "Purity" 48 boîtes	6.25
Marque Mayflower, 48 boîtes	6.25
"Challenge" "Clover", 48 boîtes	5.75



Lait Evaporé
Marques St-Charles, Jersey, Peerless, "Hotel", 24 boîtes . . 5.00
"Tall", 48 boîtes . . 5.10
"Family", 48 boîtes . . 4.50
"Small", 40 boîtes . . 2.25

CAFE CONDENSE

Marque Reindeer, "Grande", 24 boîtes	5.00
"Petite", 48 boîtes	5.70
Regal 24 boîtes	4.70
Cacao marque Reindeer 24 grandes boîtes	5.00

Conditions: net, 30 jours.
Lots de 5 boîtes et plus, fret payé jusqu'à 50 cents par cent. Le surplus sera marqué sur la facture.

THE CANADA STARCH CO., LTD.
Manufacturiers des Marques
Edwardburg.

Empois de buanderie.	La lb.
Canada Laundry Starch (caisse de 40 liv.)	0.07
White Gloss (caisse de 40 liv.) paquets de 1 liv.	0.07 1/2
Empois No. 1, Blanc ou Bleu, (caisses de 48 lbs.), boîtes en carton de 3 liv.	0.08
Kegs No. 1 d'Empois Blanc No. 1 (caisse de 100 liv.)	0.07 1/2
Barils No. 1 (200 liv.)	0.07 1/2
Edwardburg Silver Gloss, paquets chromo de 1 lb. (30 liv.)	0.08 1/2
Empois Silver Gloss (48 lbs.) en bidons de 6 liv.	0.10
à coulisse de 6 liv.	0.10
Kegs Silver Gloss, gros cristaux (100 liv.)	0.08
Benson's Enamel (eau froide) (40 lbs.) la caisse	3.00
Farine de pommes de terre raffinée Casco (caisse de 30 lbs. en paquets de 1 liv.)	0.15
Celluloïd	
Boîte contenant 45 boîtes en carton, par caisse	3.75
Empois de cuisine.	
W. T. Benson's & Co's. Celebrated Prepa.ed Corn (40 liv.)	0.08 1/2

LACAILLE, GENDREAU & CIE

Successeurs de CHS. LACAILLE & CIE

Epiciers en Gros

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

Spécialité de Vins de Meure de Sicile et de Tarragone.

220 Rue St-Paul et 14 Rue St-Dizier, Montréal.

UN BON VENDEUR

La Farine Préparée de Brodie

Voyez le Coupon des Epiciers dans chaque Carton.

Brodie & Harvie, Limited,
Tel. Main 436. MONTREAL

La Réputation et le Maintien des Préparations de Cacao et de Chocolat de Walter Baker & Co.

ont été établis par des années d'affaires loyales, de fabrication honnête, une ligne de conduite inébranlable quant au maintien de la haute qualité des marchandises et par une publicité large et persistante.



Ceci signifie, pour l'épicier, une demande constante et croissante de la part des clients satisfaits, et, à la longue, de beaucoup le commerce le plus profitable.

Toutes nos marchandises sont vendues en Canada et fabriquées en Canada.

Registered Trade Mark.

Walter Baker & Co. Limited
Maison Fondée en 1780
Montréal, P.Q. Dorchester, Mass.

Canada Pure Corn Starch (40 liv.)	0.07 1/2
(Boîte de 20 lbs., 1/2 en plus).	
Sirop de Blé-d'Inde. Marque Crown. Par caisse	
Arres parfaitement cachetées, 3 liv., 1 doz., en caisse	3.25
Boîtes de 3 lbs., 2 doz., en caisse	3.25
Boîtes de 5 liv., 1 doz., en caisse	3.65
10 lbs., 1/2 doz., en caisse	3.55
de 20 lbs., 1/4 doz., en caisse	3.50
Barils, 700 liv.	0.04 1/2
Demi-baril 350 livres	0.04 1/2
Quart de baril, 175 livres	0.05
Seaux, 25 livres chaque	1.70
38 1/2	2.40
65	3.70

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

Par caisse
Boîtes de 2 livres, 2 doz., par caisse 3.75
5 liv., 1/2 doz. par cse 4.15
10 liv., 2 doz. par cse 4.05
20 liv., 1/2 doz. par cse 4.00
(Les boîtes de 5, 10 et 20 livres ont une anse en fil de fer).
Fret payé pour 5 caisses de sirop ou 250 livres, pour 10 boîtes d'empois ou 10 boîtes assorties le sirop et d'empois jusqu'à toute station de chemin de fer dans les provinces de Québec et d'Ontario à l'est ou au sud du Sault Sainte-Marie, Sudbury, North Bay et Mattawa et jusqu'à tous les ports des lacs pendant la saison de navigation.
Conditions, net 30 jours. Pas d'escompte pour paiement d'avance.

Thés Noirs
Marque Victoria, tins de 30 & 50 lbs. 37
Marque Princess, tins de 30 & 50 lbs. 34



Fait en Canada

Caisse assortie, contenant 4 douz. \$3.60
Citron — 2 — 1.80

IL SE PEUT QUE VOS CLIENTS DÉMANDENT DES ALLUMETTES SANS SPECIFIER CELLES D'EDDY

Non pas par indifférence, mais parce qu'ils s'attendent, naturellement, à ce que vous n'ayez que ces dernières — **LES ALLUMETTES D'EDDY** — en magasin. Si vous êtes bien avisés vous verrez à ce qu'ils ne soient pas déçus.

LES ALLUMETTES D'EDDY SONT EN GRANDE FAVEUR DEPUIS 1851 ET CETTE FAVEUR AUGMENTE TOUJOURS

Orange	_____2_____	1.80
Framboise	_____2_____	1.80
Fraise	_____2_____	1.80
Chocolat	_____2_____	1.80
Pêche	_____2_____	1.80
Cerise	_____2_____	1.80
Vanille	_____2_____	1.80
Poids, caisse de 4 douz., 15 liv., caisse de 2 douz., 8 liv.		
Tarif de fret, 2e classe.		



Fait en Canada

Caisse assortie, contenant 2 douz.	\$2.50
Chocolat	2.50
Vanille	2.50
Fraise	2.50
Citron	2.50
Sans essence	2.50
Poids par caisse, 11 liv. Tarif de fret, 2e classe.	

SIROP DE GOUDRON ET D'HUILE DE FOIE DE MORUE DE Mathieu CASSE LA TOUX



Gros flacons, — En vente partout.
 CIE. J. L. MATHIEU, Prop., SHERBROOKE P. Q.
 Fabricant aussi les *Poudres Nervines de Mathieu*, le meilleur remède contre les maux de tête, la Névralgie et les Rhumes Fiévreux.

W. H. Escott Co., Limited, COURTIERS EN EPICERIES EN GROS
 AGENTS DE MANUFACTURES ET MARCHANDS A COMMISSION

Représentants de
 ACADIA SUGAR REFINING CO.
 WAGSTAFFE LIMITED
 THOS. J. LIPTON
 VAN CAMP PRODUCTS CO. ET AUTRES.

WINNIPEG—REGINA—SASKATOON—CALGARY—EDMONTON

Bureau Principal, 181-183 avenue Bannatyne, Winnipeg.

FONDEE EN 1907
 Etes-vous représentés convenablement et d'une façon satisfaisante dans l'OUEST DU CANADA?
 Dans la négative veuillez nous envoyer un mot. Permettez-nous de vous causer de cette affaire.

1917

Dans l'univers entier la condition des affaires était très tendue au début de la nouvelle année, 1917. Les marchés sont devenus difficiles et les prix presque impossibles à prévoir. Mais les marchands peuvent toujours être assurés d'une chose: c'est de la qualité des

Sucres



St. Lawrence

Et c'est la qualité qui compte à la longue. Nous répondons de chaque livre de sucre qui sort de la raffinerie.

ST. LAWRENCE SUGAR REFINERIES, LIMITED, MONTREAL.

MAGIC BAKING POWDER MAGIC BAKING POWDER

Epiciers : La répétition n'est pas monotone quand elle s'applique aux ventes. Le renouvellement des ordres est ce qui rend une ligne profitable au producteur, alors que toute la ligne de marchandises où les ordres ne se répètent pas n'est qu'un piètre placement de capital. La constante répétition des ventes de mois en mois, et d'année en année est ce qui caractérise la Poudre à Pâte "Magic" et c'est ce qui fait que des centaines d'epiciers d'un bout à l'autre du Canada la considèrent comme un de leurs plus précieux actifs. Nous n'avons aucune hésitation à proclamer que c'est la marque favorite canadienne.

MAGIC BAKING POWDER



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

E.W. GILLETT COMPANY LIMITED

TORONTO, ONT.

MONTREAL

WINNIPEG



MAGIC BAKING POWDER MAGIC BAKING POWDER



Articles se vendant toute l'année

Chaque jour de l'année il y a une bonne, constante et profitable demande pour les

Aliments Marins **MARQUE BRUNSWICK**

parce que ces salubres aliments marins sont tout à fait de bonne qualité et d'une nature saine et agréable au goût qui les fait aimer immédiatement.

Quand vous commencerez à faire un étalage des Aliments Marins de la Marque Brunswick vous vous apercevrez immédiatement que ce sont des articles dont la vente est lucrative. Le prix élevé de la viande rend chaque jour plus populaires les aliments marins de qualité. Faites face à cette demande; profitez-en en tenant la Marque Brunswick, les aliments marins qu'aime le consommateur difficile.

En avez-vous un approvisionnement en magasin?

Voici notre liste.

¼ **SARDINES A L'HUILE** — **KIPPERED HERRING** — **HARENGS SAUCE TOMATE** —
FINNAN HADDIES (Boîtes ovales et rondes) — **CLAMS.**

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

LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

Compagnie de Publication des marchands détaillants
du Canada, Limitée,

Téléphone Est 1184 et Est 1185

MONTREAL

Bureau de Montréal: 80 rue Saint-Denis.

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

Circulation fusionnée { LE PRIX COURANT
Le Journal des Marchands détail-
lants
Liqueurs et Tabacs
Tissus et Nouveautés

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

Toute année commencée est due en entier.

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

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

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

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

Fondé en 1887

LE PRIX COURANT, vendredi 19 janvier 1917

Vol. XXX—No 3

LE PROBLEME DE LA DISTRIBUTION

DISCOURS PRONONCE DEVANT LA MONTREAL
PUBLICITY ASSOCIATION LE 7
DECEMBRE 1916

Par

M. J.-A. Beaudry, trésorier du Bureau fédéral de
l'Association des Marchands-Détaillants
du Canada.

Monsieur le Président et Messieurs,

D'abord, permettez-moi de vous remercier de l'invitation que vous avez bien voulu me faire de vous parler du problème de la distribution, au point de vue du marchand de gros, du manufacturier et du détaillant, et j'estime que leurs relations avec le consommateur n'y seront pas étrangères.

On dit quelquefois que l'enfer est pavé de bonnes intentions, je dois ajouter que souvent, les bonnes actions ne sont que très peu souvent récompensées. Lorsque vous m'avez demandé de vous adresser la parole, j'ai accepté votre invitation sans hésiter, mais aujourd'hui, en me trouvant en votre présence, je comprends toute la responsabilité que j'ai assumée et je crains que ma compétence ne réponde pas à ce que vous attendez.

Mon intention, M. le président, n'est pas de critiquer indument le système présent de distribution, ou tout autre système préconisé. Je serai satisfait si je puis attirer votre attention sur quelques points marquants — les uns forts, les autres faibles — qui caractérisent notre présent système de distribution, et dans ma conclusion, j'aimerais faire une suggestion, car je trouve que dans cet ordre d'idées, nul ne peut faire de critique s'il ne peut en même temps offrir un remède qui puisse écarter sinon guérir les difficultés qui nous confrontent.

Le problème de la distribution est le chaînon de liaison entre le producteur et le consommateur. Le vérita-

ble problème peut se résumer à ceci: c'est que le consommateur doit être approvisionné des articles de première nécessité ou autres produits quand il en a besoin et là où il en a besoin.

Le problème pour les marchands de gros et les détaillants est celui-ci: "Comment pouvons-nous répondre aux besoins des consommateurs au plus bas prix possible?"

Mon raisonnement doit permettre de répondre à cette question d'une façon suffisante. Permettez-moi donc de faire un bref exposé de la situation présente.

La situation particulière créée au Canada

Le Canada a une grande superficie et une population relativement minime. Notre pays, en dehors des Provinces Maritimes et de certaines parties des Provinces du Québec et de l'Ontario, et même jusqu'à un certain degré dans ces provinces, est peuplé sur une surface limitée de chaque côté de la voie ferrée jusqu'à l'extrême Ouest. En général, notre population n'est pas dense.

Le commerce est développé en proportion de la population, et le coût de distribution est en proportion des distances à couvrir et de la population à satisfaire. Les distances longues et la population réduite, augmentent le coût de la distribution.

Pour surmonter ces difficultés et pour remplir la mission d'approvisionner le consommateur de produits alimentaires ou autres où et quand il en a besoin, un système a été établi que je dénommerai: "le canal naturel de distribution" — du producteur ou manufacturier au marchand de gros, du marchand de gros au détaillant et du détaillant au consommateur.

Ce système ne fut pas organisé pour le besoin de plaire à quelqu'un en particulier, mais fut simplement le résultat de certaines exigences d'ordre économique.

Les distances à parcourir sont tellement considérables et d'autre part, la population est si réduite que

VOS CLIENTS LE CONNAISSENT COMME ETANT

"Continuellement bon"

VENDU PAR VOTRE MARCHAND EN GROS

TABAC
STAG
A CHIQUER

les manufacturiers sont obligés d'expédier les produits de leur fabrication par wagons complets à tous les centres de distribution où les marchands en gros les réassortissent et les réexpédient aux détaillants encore en quantités dans toutes les parties du pays.

Tout détaillant qui s'efforce de garder en stock la ligne de marchandises qui conviennent aux gens vivant dans son district particulier, permet au consommateur de s'adresser au plus proche magasin pour les articles dont il a besoin, au moment où il en a besoin et au plus bas prix possible.

Nul système n'a été l'objet de tant de critiques et d'abus, inconsciemment, peut-être, et sans qu'on en connaisse la valeur réelle, il semble régner dans l'esprit d'une partie du public l'opinion que ce système de distribution pourrait être amélioré, et il me semble, à moi personnellement, que, tandis que nous sommes engagés dans cette terrible guerre, rien ne devrait être négligé pour augmenter notre efficacité et abaisser le plus possible le coût de l'existence.

Permettez-moi de passer en revue les relations entre le manufacturier, le marchand de gros, le détaillant et le consommateur. Ces relations sont-elles, actuellement, aussi cordiales qu'elles devraient l'être? Et peuvent-elles être améliorées?

Les relations entre le manufacturier, le marchand de gros, le détaillant et le consommateur

Je n'insisterai pas sur la situation du manufacturier qui s'efforce de vendre les marchandises de sa production en aussi grande quantité que possible.

Le marchand de gros occupe aujourd'hui, au Canada, une position contradictoire dans bien des cas. Il agit comme marchand de gros, agent de manufacture et aussi comme détaillant. Comme agent de manufacture, sa position est faible, faute de logique. Comme marchand de gros, il invite tous les manufacturiers à faire leur distribution par son intermédiaire. De fait, il peut leur offrir beaucoup d'avantages en ce qui concerne le fret, les livraisons, les informations de crédit, les collections de comptes, etc., et il ne fait aucun doute que presque tous les manufacturiers l'emploieraient avec plaisir, fut-il satisfait de limiter son activité à un commerce strictement de gros. Mais, là où la position du marchand de gros devient faible, et où le marchand de gros fait preuve de manque de logique, c'est quand il entreprend d'agir comme agent manufacturier. Comme tel, il lui est impossible de servir deux maîtres. Il est incapable de servir convenablement les intérêts du manufacturier qu'il représente et en même temps ceux des concurrents de ce manufacturier. La conséquence de cette pratique est que les concurrents dudit manufacturier sont obligés de chercher d'autres canaux de distribution. C'est là une des causes de la friction qui se produit entre le manufacturier et le marchand en gros.

Les relations entre le marchand de gros et le détaillant offrent aussi quelques causes de friction. Actuellement, presque toutes les maisons de gros du Canada, encore que s'efforçant de vendre à tous les marchands-détaillants du Canada, ne dédaignent pas de vendre aux meilleurs d'entre les consommateurs, et cette pratique de leur part crée un sentiment de désapprobation bien compréhensible parmi les détaillants, entraînant un refroidissement forcé dans leurs relations mutuelles. Les marchands-détaillants comprennent qu'on n'agit pas loyalement avec eux et leur confiance s'en trouve naturellement affaiblie.

J'estime que le commerce fait de cette manière par

le marchand de gros doit être relativement restreint comparativement à son chiffre d'affaires — de fait, cela peut représenter 5% seulement de son total — mais encore est-ce suffisant pour créer un sentiment de mécontentement. Je pense que les marchands de gros et les marchands-détaillants du Canada occupent une position assez importante pour trouver un terrain d'entente qui donnerait satisfaction aux deux parties et en même temps permettrait à chacune des parties d'exécuter sa mission de façon à rendre le plus appréciable des services à la cause du consommateur.

Les deux grands principes qui contribuent dans une large mesure à influencer le coût d'un article sont ce que j'appellerai les lois naturelles du commerce — l'offre et la demande et aussi la concurrence.

Les lois naturelles du commerce

La loi de l'offre et de la demande règle le prix de tout article de première nécessité qui n'est pas vendu par droit de brevet ou sous une marque de commerce. Cette loi peut être modifiée par les droits de douane. Au commencement de la guerre, presque tous les pays du monde, principalement ceux formant les nations alliées ou neutres annulèrent tous droits d'entrée sur la plupart des articles de première nécessité, tels que produits de ferme, etc. Notre pays n'a pas suivi cet exemple. La conséquence en est qu'au temps de la moisson nos produits de la ferme sont en abondance — l'offre est plus grande que la demande et il s'ensuit que les prix sont plutôt bas. Les acheteurs des autres pays sont ici pour acheter en grosses quantités. Nos produits canadiens sont expédiés à ces pays exempts de droits de douane. Lorsque le temps de la récolte est passé, nous nous apercevons que l'approvisionnement des produits de la ferme est inférieur à la demande et nous ne pouvons acheter avantageusement dans les autres pays à cause des droits d'importation. Je n'entre pas dans le vif de cette question, elle pourrait paraître d'ordre politique et je ne voudrais pas manifester le désir de servir un parti plutôt que l'autre, mais j'estime qu'il est de mon devoir de toucher du doigt cette question de manière à ce que les consommateurs puissent l'étudier et faire le nécessaire pour y appliquer le remède, car remède il y a, en l'occurrence.

Je vais me permettre, si vous le voulez bien, de résumer l'opinion de quelques-uns de nos hommes publics sur la signification du mot "Concurrence." Pour ma part, je suis toujours prêt à écouter les arguments avancés sur toute question, en autant que la chose est faite suivant certains principes tendant à appliquer le raisonnement équitablement à tous les moyens; mais si une personne, fut-elle ministre de la couronne, entreprend de favoriser certains principes lorsqu'ils s'appliquent à une certaine classe de citoyens et de condamner ces mêmes principes lorsqu'ils s'appliquent à d'autres classes de citoyens, j'estime qu'il est temps pour les classes qui sont sacrifiées indûment de se lever et d'aviser.

Une mesure d'exception

Laissez-moi vous exposer les faits. Nous savons tous que le Travail Organisé du Canada s'est souvent prononcé comme étant contre le principe de la concurrence. La concurrence est écartée dans toutes les Unions Ouvrières. Tous les membres de la même Union reçoivent le même salaire, sans considération de leur valeur personnelle, de leur âge et de leur capacité de gain.

Bien mieux que cela, ils ont souvent adressé des requêtes au Parlement pour obtenir l'application du même principe dans la distribution des marchandises, demandant l'introduction d'un système coopératif. Nul ne saurait leur en tenir rigueur — ils ont droit d'avoir leur opinion propre. Je crois qu'ils sont sincères et de bonne foi et qu'ils méritent le respect de tout le monde. Le Département du Travail, administré par un ministre de la Couronne, applique ce principe à toutes les questions qui concernent les classes laborieuses. Les autres départements du Gouvernement mènent aussi leurs affaires selon le même principe. Pas de concurrence dans la livraison des lettres — pas de concurrence dans la vente des timbres de poste — pas de concurrence dans le paiement des droits de douane. Nos corporations d'utilité publique ne sont pas soumises à la concurrence; il n'y a pas de concurrence dans la vente des billets de chemins de fer — pas de concurrence dans les tarifs du fret, etc. Les taux d'intérêt des banques sont réglementés par la loi. Les tarifs d'assurance sont fixés par l'Underwriters' Association. Les fermiers et les maraîchers en sont exempts. Les associations professionnelles ont également accepté le même principe — pas de concurrence parmi les membres de l'Association du Barreau. Les honoraires chargés par les avocats sont réglementés et fixés par l'Association du Barreau.

Je ne saurais incriminer ce principe soutenu par tant de gens, en autant que ces gens croient que son application sert leurs propres intérêts et agit aussi au mieux des intérêts du public en général.

Mais n'avois-je pas raison de nous montrer surpris, lorsque nous voyons ceux qui ont le bénéfice (si bénéfice il y a) de ce principe de non-concurrence, nier le droit d'application de ce même principe aux distributeurs de marchandises? Les marchands du Canada, (les marchands seuls!) sont mis à part, et il leur est dit en termes non équivoques qu'ils ne doivent rien faire pour empêcher ou restreindre la concurrence sous peine d'être traduits devant les tribunaux et être taxés de criminels essayant de prendre un avantage déloyal sur leurs citoyens. Ils n'ont pas le droit de s'entendre pour la vente. Je dis que ces règlements ne s'appliquent qu'aux marchands seulement, parce que les manufacturiers et les grandes institutions financières ont un autre moyen d'éluder la loi de concurrence.

De fait, la loi sur ce point dit qu'il y a offense pour quiconque, maison ou corporation, se consulte, s'entend ou se ligue avec toute autre maison ou corporation pour les fins de restreindre la concurrence, etc. En conséquence, tout ce que ces maisons ont à faire et ce qu'elles ont toujours fait, est de former une compagnie assez importante pour absorber tous les concurrents et de la sorte, elles n'ont plus besoin de se consulter, de s'entendre ou de se liger avec quelque autre car il n'y a plus de concurrent à consulter, avec qui s'entendre ou se liger. Mais, si les marchands se réunissent pour discuter de la situation créée par l'augmentation des tarifs de fret ou autres conditions qui leur sont imposées, le Département du Travail les informe qu'ils sont sujets à enquête et à pénalités.

J'ajouterai au nom des marchands qu'ils n'ont peur d'aucune enquête — bien au contraire, que celle qui se présenterait serait la bienvenue — car de telles investigations seraient le moyen le plus sûr de mettre le doigt sur la plaie véritable et leurs auteurs responsables.

Ce ne sont là que quelques-unes des difficultés qui assaillent les marchands du Canada dans l'accomplis-

sement de leur devoir qui est de fournir au consommateur la marchandise où et quand désirée.

Le problème du manufacturier

Jetons à présent un coup d'oeil sur ce que j'appellerai le problème du manufacturier. En général tout manufacturier est bien qualifié pour faire des marchandises au point de vue technique.

Les trois principes régissant toutes les transactions commerciales sont : LA QUANTITE, LA QUALITE, LE PRIX. Ils sont souverains pour tout manufacturier.

Pour réduire le coût de production à son minimum, la quantité est essentielle. La difficulté commence quand le manufacturier sort de son bureau pour chercher une distribution pour les marchandises. Vous admettez comme moi que généralement un manufacturier, avant de commencer une affaire, a étudié les conditions du marché, a fait l'essai et l'analyse des articles sur le marché et qu'il est appelé à concurrencer.

Parfois même, il en sait plus long sur les affaires de ses concurrents que sur les siennes propres, mais de toutes façons, il demeure ferme dans sa conviction qu'il peut mieux faire que n'importe qui. Il est tellement imbu de cette idée, qu'il est très surpris, et même souvent désappointé de remarquer que les marchands auxquels il s'adresse ne se laissent pas facilement convaincre de la supériorité de ses produits et du bon marché de ses prix. Il s'adresse au marchand de gros qui le reçoit très courtoisement, mais lui dit de "créer une demande." La même chose se passe avec le détaillant. Le manufacturier est convaincu de l'excellence de ses produits, mais tant qu'il est seul à avoir cette conviction, la chose est de peu de valeur pour lui. Le problème qui s'offre à lui n'est pas seulement de faire savoir aux autres qu'il a quelque chose de bon à vendre, mais encore de convaincre les autres qu'il sera avantageux pour eux, de lui acheter soit pour la revente, soit pour l'usage.

On lui dit de créer une demande parmi les consommateurs, au moyen des quotidiens des cités, et de forcer ainsi la main au détaillant.

On lui dit de s'assurer la coopération du marchand-détaillant au moyen de la presse commerciale.

Tous sont d'accord sur un point : l'importance du détaillant.

Le manufacturier est accablé de suggestions, d'avis et de recommandations. Lequel adoptera-t-il? Connaît-il suffisamment le problème de la distribution pour prendre la bonne orientation? Retomber dans les erreurs passées signifie perte d'efforts, perte d'argent et résultat négatif. Sait-il toutes les difficultés que le marchand de gros et le détaillant éprouvent en essayant de le lancer? Connaît-il leur but et leur objet, leur mentalité et leurs principes? Fera-t-il appel à leur concours de la façon qu'il faut et saura-t-il les persuader qu'ils recevront de lui, un traitement équitable?

Ceci, messieurs, me conduit au problème du détaillant et de son attitude vis-à-vis des marchandises annoncées. Les experts en publicité ont souvent exprimé le point de vue du manufacturier sur ce sujet. Il ne sera pas sans intérêt d'entendre quelques arguments au point de vue du détaillant.

Le marchand-détaillant est en contact journalier avec le public; il connaît personnellement plus que quiconque chacun de ses clients; il les salue de leurs noms; on le consulte souvent et il est appelé à donner à chaque instant des conseils sur toutes matières d'intérêt pour ses clients. Il est leur serviteur et eux, s'adressent à lui, parce qu'ils ont confiance en lui et cette

confiance est due au fait qu'il ne leur a jamais donné motif à suspicion. La confiance est le meilleur actif du marchand-détaillant. L'épicier va au marché à quatre heures du matin pour s'approvisionner de légumes frais pour ses clients et il travaille jusqu'à onze heures du soir pour les servir. Le pharmacien reste ouvert pour le service de nuit afin d'accommoder les malades ou ceux qui peuvent le devenir subitement. Le laitier et le boulanger commencent leur besogne de livraison à quatre ou cinq heures du matin, etc. Ils s'imposent tous de semblables fatigues, non pas pour leur bien-être personnel, mais pour servir et plaire à leurs clients.

Le marchand-détaillant reçoit toutes les plaintes, accepte les marchandises retournées et en rembourse la valeur en argent, est l'objet d'abus multiples et est cependant prêt à sourire au premier client qui se présente. Telle est la conditions de plus de quatre-vingt-dix pour cent des marchands-détaillants. Est-il dès lors surprenant qu'il ait une certaine influence sur la plupart de ses clients?

Le marchand-détaillant, en général, maintient ordinairement un stock composé de plus de huit cents articles différents, dont cinq pour cent à peine, sont annoncés extensivement. Pas une seule marque ne lui est indispensable. La difficulté du marchand-détaillant n'est pas d'acheter des marchandises — il peut acheter en une heure plus qu'il ne peut vendre en une semaine. La difficulté qu'il éprouve est de vendre avec profit la marchandise qu'il a. Il ne peut rester en affaires qu'en autant qu'il peut mener son commerce avec profit. Le profit est une chose essentielle. Former et conserver une clientèle en lui vendant avec profit, tel est le cauchemar du marchand-détaillant.

Le point de rencontre du manufacturier ou du marchand de gros avec le détaillant

Je me trouve amené maintenant au point de rencontre du manufacturier ou du marchand de gros avec le détaillant.

Des voyageurs ont mission de le visiter. Le piètre voyageur parle de ses concurrents tandis que le bon voyageur trouve ses arguments dans ses marchandises, mais tous deux, le bon et le mauvais voyageur ont le même refrain: "Je représente la meilleure maison et je vends les meilleures marchandises aux plus bas prix." Le marchand-détaillant entend ce refrain plusieurs fois par jour, pendant les six jours de la semaine, durant les cinquante-deux semaines de l'année et pendant tout le temps de sa vie commerciale. Ces voyageurs sont actifs, empressés, bien informés, doués d'une véritable personnalité et rendent des services au détaillant. Ils sont, sans conteste possible, le médium d'annonce le meilleur, le plus direct et le plus efficace, et cependant ils ne peuvent pas en imposer au détaillant. En fait, le succès du détaillant dépend, en grande partie, de sa volonté à résister à la tentation d'acheter.

Les annonceurs nationaux, comme ceux locaux, se sont — à peu d'exceptions près — mis à dos le marchand-détaillant au lieu de s'attirer sa coopération. Le marchand-détaillant est le réceptacle de toutes les plaintes. Une de ces plaintes, la plus commune d'ailleurs, est celle ayant trait aux prix, surtout en ces temps de coût élevé de la vie. Les marchandises vendues sont de deux espèces distinctes: celles qui portent une marque de commerce, ou un droit de vente exclusif, et celles qui sont vendues sans attributs. Les marchandises annoncées sont ordinairement celles qui por-

tent une marque de commerce. Chaque jour le marchand-détaillant reçoit de la part de ses clients des reproches comme ceux-ci: Le thé "Tom Jones" est annoncé à 33 cents et vous me le faites payer 40c; le rasoir de sûreté "John Smith" est offert à \$3.75 et vous m'en demandez \$5.00, et ainsi de suite.

Si nous y regardons de près, nous remarquons que les taux auxquels ces articles sont annoncés à prix réduits, sont les prix coûtants payés par le marchand-détaillant. Quelques magasins font usage de ces articles comme appât, pour attirer la foule.

Or ne l'oublions pas le problème du marchand-détaillant est de pouvoir vendre quelque chose à profit pour être en mesure de maintenir son commerce, et s'il vend les marques ainsi annoncées sans profit, il est appelé tôt ou tard à faillir.

La substitution est le résultat de cette manoeuvre et la cause en est l'étroitesse de vue de nombreux manufacturiers.

Le détaillant ne peut oublier que des choses semblables à celles que je viens de rappeler se passent chaque jour, car la chose lui est remise journallement en mémoire par ses clients.

Le détaillant ne songe nullement à punir quelqu'un, pas même ceux qui ne lui accordent pas un traitement équitable, mais il établit tout simplement un barrage de défense sur sa propre liberté.

Il sait qu'il détient la clef de la situation. Dans son magasin, il est comme un monarque dans son royaume. Il parle peu, mais agit beaucoup, sans bruit. Comme toute autre personne, il possède une source d'information — il choisit ce médium et en paye le service. Il désire avoir une information indépendante sur la situation du marché, la production, la législation le concernant lui ou ses clients, et sur d'autres sujets. Il considère ces médiums comme des amis et est heureux de suivre leurs avis — ceci explique pourquoi quelques médiums ont une si forte influence. Sans doute le détaillant sait que le voyageur, le manufacturier et l'agent direct d'annonce prôneront leurs marchandises. Mais les Français ont une maxime se rapportant à cela et qui dit: "Se vanter soi-même ou être vanté par son curé....."

L'attitude du détaillant vis-à-vis des marchandises annoncées

L'attitude du marchand-détaillant en ce qui concerne les marchandises annoncées dépend de la politique commerciale de chaque annonceur à son égard. Certains manufacturiers ont une politique par laquelle ils vendent leurs marchandises au marchand de gros et ce dernier les revend au détaillant. D'autres manufacturiers ont une politique double de vente de leurs produits aux marchands de gros et aussi aux détaillants importants, et même parfois ils font un pas de plus et vendent directement au consommateur. D'autres aussi semblent croire que la meilleure politique est de n'en pas avoir. Quelques manufacturiers vendent suivant une politique de prix de détail fixes; certains autres tolèrent tous les changements de prix de détail de leurs produits. Le détaillant doit s'accommoder à toutes ces politiques diverses. Il voit que des millions de dollars sont dépensés, chaque année en annonce, dont certaines sommes mal appropriées, la copie étant peut-être flatteuse pour le manufacturier, mais n'intéressant pas le marchand ou le consommateur; il sait qu'on attend de lui une preuve de patriotisme, au point de donner la préférence aux marchandises faites au Canada même

si elles ne procurent pas assez de profit pour payer le coût de leur distribution, encore que le fait reste établi qu'il a à résoudre lui-même son propre problème, car n'étant pas consulté il n'a pas la possibilité de fournir son avis. Sa politique doit donc être de ne s'en rapporter qu'à lui-même. Il soutient loyalement et gracieusement ceux des manufacturiers qui ont une franche politique commerciale, assurant un traitement équitable au consommateur et un traitement équitable aux distributeurs, mais il proteste contre le fait d'être obligé de vendre à perte certaines marchandises annoncées.

La politique commerciale du manufacturier en ce qui concerne la distribution de ses produits est la question primordiale dans l'esprit du détaillant d'aujourd'hui.

Le marchand-détaillant reconnaît parfaitement au manufacturier le droit d'adopter la politique commerciale que bon lui semble. Ce dernier peut vendre à qui lui plaît, il peut permettre aux marchands de réduire les prix ou aux maisons vendant par correspondance d'employer sa marque de commerce pour les besoins de leur propre publicité, mais je suis sûr que nul ne doit songer à protester lorsque je dis que le détaillant réclame aussi sa liberté d'action pour accepter, acheter et pousser la vente des marchandises dont les producteurs ont adopté une équitable politique commerciale, ou pour refuser d'acheter ou vendre tous articles dont les producteurs ou manufacturiers n'ont pas adopté une politique commerciale franche et équitable.

L'organisation nécessaire

L'organisation est le seul remède. Si de telles conditions malsaines ont pu exister jusqu'ici, c'est par défaut d'organisation convenable de la part du détaillant : le nombre des faillites dans le commerce de détail a été aussi élevé à cause du manque d'organisation efficace ; les détaillants étant disséminés de par tout le pays, d'un océan à l'autre, et n'ayant pas de moyens de communication rapides, on a abusé de cette situation. On en a profité au point de vue législatif, car les détaillants sont presque la seule classe qui n'ait pas été exempte du fardeau de certaines mesures commerciales injustes ; un grand nombre de manufacturiers et de producteurs ont également profité de la position faible occupée par le détaillant quand abandonné à lui-même et ils l'ont forcé à vendre des marchandises au-dessous du prix coûtant ; mais heureusement de telles conditions sont en voie de changer radicalement.

Les détaillants à présent se rendent compte qu'ils se sont endormis en route. Il y a plus de quinze ans, ils ont commencé à s'organiser ; certains d'entre eux ont passé quinze ans de lutte et d'efforts à tendre vers ce but, mais ils ont réussi à former l'Association des Marchands-Détaillants du Canada, qui possède à présent des bureaux bien organisés et un personnel compétent dans chaque province du Dominion. Les meilleurs marchands, dans toutes les lignes de commerce y sont affiliés. Des comités spéciaux, composés de marchands choisis dans chaque ligne de commerce, sont formés à présent pour étudier la politique commerciale de chaque producteur ou manufacturier, et le rapport de ces comités donnant le résultat de leurs enquêtes, sera placé entre les mains de tous les marchands de détail engagé dans chacune des lignes respectives, dans le Dominion du Canada.

Comme je l'ai dit plus haut, le producteur ou le manufacturier a liberté pleine et entière d'adopter la politique qui lui plaît, mais le marchand-détaillant tient

à connaître cette politique. Le détaillant veut savoir la vérité. Si quatre-vingt-dix-neuf pour cent des marchands du Canada payent pour un certain article portant une marque de commerce, quatre-vingt-quinze cents la douzaine, pour le détailler à dix cents pièce, ils désirent savoir pourquoi, l'autre pour cent de détaillants se trouve placé dans la possibilité d'acheter le même article portant la même marque, à quatre-vingts cents la douzaine. La question du prix coûtant devra être considérée différemment si le prix de vente est fixe, mais la vérité devra être la base de la concurrence. Tout ce que les marchands désirent, c'est qu'on leur dise la vérité.

Le remède

Il y aurait quelques autres points à envisager, mais je ne veux pas abuser de l'attention soutenue de mes auditeurs. Cependant je suggérerai comme remède aux maux que j'ai soulignés, la formation d'un comité public, composé de nos meilleurs économistes, de nos meilleurs hommes d'affaires représentant les intérêts des manufacturiers, des marchands de gros, des détaillants et des consommateurs dans le but d'étudier les conditions présentes de notre commerce intérieur, question vitale pour le bien-être de notre population et la prospérité de notre pays. Nos ressources naturelles ne peuvent se développer plus vite que notre pouvoir de distribution de ces produits, soit à l'intérieur, soit à l'étranger. Nos industries naturelles ne peuvent croître et prospérer si notre pouvoir de distribuer leurs produits avantageusement ne croît lui-même.

Nul ne pouvait prévoir les problèmes qui s'imposeraient à nous, comme résultat de la guerre. Actuellement tous ceux qui veulent travailler ont du travail à profusion. Toutes les manufactures marchent presque jour et nuit, les fermiers reçoivent une plus forte rémunération pour leur travail et ils y ont droit, les ouvriers reçoivent des salaires plus élevés que jamais dans le passé et cette augmentation n'est que juste, les distributeurs d'articles de première nécessité font un plus gros montant d'affaires sur une marge de profit plus petite. Cependant notre prospérité présente est plutôt construite sur le sable mouvant, combien de temps durera-t-elle ? Nul ne saurait dire le problème qui s'offrira à nous au lendemain de la signature de la paix. Sommes-nous capables d'accueillir la paix sans voir croquer notre prospérité actuelle ? Voilà le grand problème de l'heure.

Le grand objectif de nos efforts devrait être la réduction du coût de la vie ; et cela ne peut être obtenu qu'en écartant toute dépense inutile et si chacun augmente sa propre efficacité d'action. Obtenir de chacune de nos journées de travail mieux et plus pour le même argent, telle doit être notre pensée, encore qu'elle soit en opposition directe avec le principe que la plupart des gens semblent avoir suivi depuis un certain nombre d'années : "moins de travail et plus de salaire."

Si le présent système de distribution du producteur ou manufacturier au marchand de gros, du marchand de gros au détaillant, et du détaillant au consommateur est bon et doit être maintenu, il doit être assez efficace pour donner ce service au public au plus bas prix possible. Son efficacité n'est pas une question d'appréciation, et si ce système est le bon, comme je le crois, il devrait être aisé d'en informer le public et de le persuader de sa supériorité.

CHEMIN DE FER DU PACIFIQUE CANADIEN

Réduction temporaire du service des trains de voyageurs en vigueur depuis le dimanche 14 janvier 1917.

Afin de faciliter la circulation du fret, la réduction temporaire suivante pour le service des trains de passagers a commencé dimanche le 14 janvier 1917:

MONTREAL-SAINTE-JEAN, N.B.

Le No 16, de Montréal (G. W.) 7.00 p.m. pour Saint-Jean, N.B., circulera tous les jours, excepté le samedi, au lieu de tous les jours. Le train ne circulera pas samedi, le 13 janvier.

Le No 15, de Saint-Jean N.B., arrivera à Montréal (G. W.) tous les jours excepté lundi, au lieu de tous les jours. Il n'y aura pas de train qui arrivera lundi, le 15 janvier.

MONTREAL-SAINTE-JEAN (P.Q.)—NEWPORT.

Le No 213, de Newport à 7.50 a.m., tous les jours, excepté le dimanche, arrivant à Montréal (G. W.) à 12.05 p.m., est retransché.

Le No 214, de Montréal (G. W.) à 5.45 p.m., tous les jours, excepté le dimanche pour Newport, est retransché.

Le No 209, de Newport, à 4.55 a.m. tous les jours, arrêtera des stations Newport jusqu'à Farnham et arrivera à Montréal (G. W.) à 9.05 a.m., au lieu de 8.20 a.m.

Le No 210 quittera Montréal (G. W.) à 7.15 p.m., tous les jours, au lieu de 8.10 p.m. pour Boston, arrêtant aux stations de Farnham jusqu'à Newport.

Le No 211, de Newport à 5.25 p.m., tous les jours, arrêtera aux stations de Farnham jusqu'à Montréal (excepté Sainte-Brigide et Saint-Grégoire) et arrivera à Montréal (G. W.) à 9.15 p.m. au lieu de 9.05 p.m.

Le No 212 quittera Montréal à 9.10 a.m., au lieu de 9.25 a.m., pour Boston et arrêtera à toutes les stations de Montréal à Farnham (excepté Saint-Grégoire et Sainte-Brigide).

MONTREAL-SAINTE-JEAN (P.Q.) SHERBROOKE

No 202 de Montréal (G. W.) à 8.25 a.m. tous les jours, arrivant à Sherbrooke à midi, retransché.

No 203, de Lennoxville, à 3.00 p.m. et Sherbrooke, 3.10 p.m. tous les jours excepté le dimanche, arrivant à Montréal (G. W.) à 6.50 p.m., retransché.

No 205, de Sherbrooke, 6.25 p.m., dimanche seulement arrivant à Montréal (G. W.) à 9.55 p.m., retransché.

No 201, de Lennoxville à 8.00 a.m., Sherbrooke, 8.10 a.m., tous les jours excepté le dimanche arrête à toutes les stations de Farnham à Montréal et arrive à la gare Windsor à 11.55 a.m. au lieu de 11.30 a.m.

Le No 204, quittera Montréal (G. W.) à 4.00 p.m. tous les jours, excepté le dimanche, au lieu de 4.10 p.m., fera tous les arrêts jusqu'à Farnham, arrivera à Sherbrooke à 7.40 p.m. au lieu de 7.50 p.m.

MONTREAL ET OTTAWA

No 5, de Montréal (G. W.) à 10.15 a.m. tous les jours excepté le dimanche, arrivant à Ottawa (Central) 1.15 p.m., retransché.

No 6, d'Ottawa (Central) à 3.45 p.m. tous les jours, excepté le dimanche, arrivant à Montréal (G. W.) à 6.45 p.m. et le train No 508, qui doit partir d'Ottawa (Central) à 3.45 p.m. le dimanche seulement, et arriver à Montréal (G. W.) à 7.15 p.m. seront retranschés et remplacés par le train 506 lequel quittera Ottawa (Central) à 3.45 p.m. tous les jours et arrivera à Montréal (G. W.) à 7.15 p.m.

MONTREAL ET SAINTE-AGATHE

No 437, de Montréal (P. V.), 9.45 a.m. tous les jours, circulera les dimanche, lundi mercredi et vendredi jusqu'à Sainte-Agathe seulement au lieu de Labelle.

No 442, venant de Labelle et arrivant à Montréal (P. V.) à 9.20 a.m. tous les jours, partira dorénavant de Sainte-Agathe à 6.30 a.m. et circulera les mardi, jeudi et samedi seulement.

No 463, de Montréal (P. V.) à 11.15 p.m., le samedi, se rendra jusqu'à Saint-Jérôme au lieu de Sainte-Agathe.

No 461, de Montréal (P. V.), 5.20 p.m., tous les jours sauf le dimanche, pour Saint-Jérôme, circulera tous les jours sauf le samedi et le dimanche.

MONTREAL-SAINTE-EUSTACHE

No 478, quittant Saint-Eustache à 6.30 a.m., et arrivant à Montréal (P. V.) à 7.45 a.m., dimanche seulement, retransché.

No 481 de Montréal (P. V.), 11.50 p.m. le dimanche, pour Saint-Eustache, retransché.

No 487, de Montréal (P. V.) à 9.30 a.m. dimanche seulement, ne circulera plus de Montréal à Sainte-Thérèse, mais des wagons directs seront attachés le dimanche seulement au No 437 quittant Montréal (P. V.) à 9.45 a.m. et réunis au No 487 quittant Sainte-Thérèse à 10.45 a.m. et arrivant à Saint-Eustache à 11.02 a.m.

No 494, dimanche seulement, quittera Saint-Eustache à 8.42 p.m. au lieu de 8.25 p.m. et se rendra à Sainte-Thérèse seulement où il transférera ses wagons au No 460 attendu à Montréal à 10.15 p.m.

MONTREAL-QUEBEC

Le train quotidien No 358 de Montréal (P. V.) 11.55 p.m., restera en service comme à présent de Montréal à Trois-Rivières, quittera Trois-Rivières à 5.40 a.m., fera tous les arrêts et arrivera à Québec à 8.25 a.m.

Le train quotidien No 357 de Québec de 11.55 p.m., restera en service comme à présent, de Québec à Trois-Rivières, quittera Trois-Rivières à 5.00 a.m. pour arriver à Montréal (P. V.) à 8.40 a.m. faisant tous les arrêts.

Le train quotidien No 356 quittera Montréal (P. V.) à 4.15 p.m. au lieu de 1.30 p.m. et arrivera à Québec à 10.00 p.m. au lieu de 6.30 p.m., faisant tous les mêmes arrêts entre Montréal et Trois-Rivières en outre de tous ses arrêts actuels entre Trois-Rivières et Québec.

Le No 354, du dimanche seulement, partira de Montréal (P. V.) à 1.30 p.m. et arrivera à Québec à 6.30 p.m., faisant tous les arrêts comme actuellement en outre de celui de L'Épiphanie.

Le train quotidien No 353, quittera Québec à 1.30 p.m. comme à présent, faisant tous les arrêts de Québec à Trois-Rivières, en plus de ses arrêts actuels entre Trois-Rivières et Montréal arrivant du Mile-End à 6.40 p.m., à la place Viver à 7.00 p.m., et s'enbranchant à la gare du Mile-End avec le train de correspondance No 304 et à Montréal ouest, avec les trains pour le Sud et l'Ouest, excepté le train No 16, pour Saint-Jean, N.B.

MONTREAL-JOLIETTE

Le train No 374 quittera Montréal (P. V.) à 5.15 p.m. tous les jours excepté le dimanche, au lieu de 4.55 p.m. et arrivera à Joliette à 7.15 p.m. et à Saint-Gabriel à 8.15 p.m.

Le train No 371 quittera Saint-Gabriel à 6.40 a.m. tous les jours, excepté le dimanche, au lieu de 6.00 a.m., Joliette à 7.40 a.m. au lieu de 7.00 a.m. et arrivera à Montréal (P. V.) à 9.30 a.m. au lieu de 8.50 a.m.

MONTREAL-TROIS-RIVIERES

Le train No 364 de Montréal (P. V.) de 5.30 p.m. arrivant à Trois-Rivières à 8.55 p.m. est supprimé.

Le train No 365, de Trois-Rivières, 6.30 a.m. tous les jours excepté le dimanche, arrivant à Montréal (P. V.) à 10.10 a.m. est supprimé.

PUITS SAINT-CATHARINES

Les merveilleuses propriétés curatives de leurs eaux ont rendu ces sources minérales célèbres. Si vous n'avez pas encore entendu parler du célèbre puits de Saint-Catharines consultez votre "Encyclopedia Britannica". Ces eaux accomplissent des merveilles dans les cas de rhumatisme et reconstituent le système épuisé en un espace de temps remarquablement court. Saint-Catharines est située sur la ligne principale du chemin de fer du Grand-Tronc. Des informations complètes seront fournies sur demande adressée à M. O. Dafoe, 122 rue Saint-Jacques, Montréal.

JEUNES FILLES DEMANDEES

On demande des Jeunes Filles pour la Reliure.
S'adresser à **B. PLOW & CO., Ltd.**

LES PRINCIPAUX CHANGEMENTS APPORTÉS A LA LOI DES LICENCES EN CE QUI CONCERNE LES TENANCIERS DE BARS ET LES EPICIERS LICENCIES

(Suite)

Tarifs des droits pour licences

a) L'article 988 des Statuts refondus, 1909, relatif au tarif des droits pour licences, déjà amendé par les lois I George V et 5 George V se trouve de nouveau amendé en remplaçant le paragraphe 8 par le suivant :

“Le tarif des droits pour chaque licence de magasin pour la vente en détail de liqueurs enivrantes est :

- a. Dans la cité de Montréal, huit cents piastres ;
- b. Dans la cité de Québec, six cents piastres ;
- c. Dans toute autre cité, quatre cents piastres ;
- d. Dans toute ville, trois cents piastres ;
- e. Dans toute autre partie de la province, deux cents piastres” ;

Le paragraphe 9 relatif au tarif des droits pour licences dans le commerce de gros est remplacé par le suivant :

“Pour chaque licence pour la vente de liqueurs en gros les droits sont :

- a. Dans la cité de Montréal, douze cents piastres ;
- b. Dans la cité de Québec, neuf cents piastres ;
- c. Dans toute autre partie de la province, sept cent cinquante piastres.

Lorsque cette licence pour la vente de liqueurs en gros est accordée à un distillateur, le droit est de douze cents piastres.

Mais sur chaque licence pour la vente en gros du vin seulement, cinquante pour cent du montant du droit de licence requis pour chaque licence ordinaire pour la vente de liqueurs en gros” ;

Le paragraphe 12 relatif au tarif des licences d'embouteilleurs est remplacé par celui qui suit :

“Pour chaque licence d'embouteilleur les droits sont :

1. Si l'embouteilleur est en même temps brasseur, que sa brasserie soit située dans cette province ou qu'elle soit située en dehors de la province, et que le brasseur ait une ou plusieurs agences dans la province :
 - a. Pour le principal établissement ou la principale agence dans la province, sept cent cinquante piastres ;
 - b. Pour tout autre établissement ou agence, quatre-vingt-dix piastres ;
 - c. Pour toute municipalité dans laquelle il n'a pas d'établissement ou d'agence, mais dans laquelle il prend des commandes ou délivre ses liqueurs, cinq piastres ;
2. S'il n'est pas brasseur :
 - a. Dans les cités de Québec et de Montréal, pour le premier établissement ou agence, cent vingt-cinq piastres, et pour chaque autre établissement ou agence dans l'une ou l'autre desdites cités, quatre-vingt-dix piastres ;
 - b. Pour tout établissement ou agence dans toute autre partie de la province, quatre-vingt-dix piastres ;
 - c. Pour chaque municipalité dans laquelle il n'a pas d'établissement ou d'agence, mais dans laquelle il prend les commandes ou délivre ses liqueurs, cinq piastres ;
3. Pour chaque véhicule employé par les brasseurs

ou les embouteilleurs, dix piastres.”

En vigueur au premier mai 1918 seulement.

Pénalités pour ventes illicites de liqueurs enivrantes et pour certaines pratiques frauduleuses

L'article 1009 des Statuts refondus 1909 relatifs aux pénalités pour vente illicite de liqueurs enivrantes et pour certaines pratiques frauduleuses est remplacé par le suivant :

“Sujet aux dispositions de l'article 1004, quiconque tient, sans être muni d'une licence à cet effet encore en vigueur, une auberge, restaurant, un buvette à bord d'un bateau à vapeur, un buffet de chemin de fer ou un magasin de gros ou de détail de liqueurs enivrantes, ou vend, en quelque quantité que ce soit, même sur échantillon ou à commission, des liqueurs enivrantes, dans tout lieu quelconque de cette province, est passible, pour la première contravention, en sus du paiement des frais, d'une amende d'au moins cent piastres et d'au plus deux cents piastres, et, à défaut de paiement de ladite amende et des frais, d'un emprisonnement dans la prison commune durant une période de trois mois ; dans le cas d'une deuxième offense, d'une amende d'au moins deux cents piastres, et d'au plus cinq cents piastres, et, à défaut de paiement de cette amende et des frais, d'un emprisonnement durant une période de trois mois ; et, pour la troisième offense et chaque offense subséquente, d'un emprisonnement d'au moins trois mois et d'au plus six mois, à la discrétion du tribunal, sans option d'amende.”

En vigueur le 1er mai 1917.

Pénalité pour vente aux mineurs de moins de vingt et un ans.

L'article de loi ayant trait à la vente aux mineurs, se lit à présent comme suit : “Il est défendu de vendre, de délivrer ou de délivrer gratuitement des liqueurs enivrantes à une personne âgée de moins de **vingt et un ans**, et toute contravention à cette disposition entraîne condamnation aux pénalités édictées par l'article 1072 contre tout porteur de licence obtenue en vertu de la présente section, que la vente ait été faite par lui-même ou qu'elle ait été faite par une personne à son emploi ou agissant pour lui dans le lieu d'affaires ou dans les dépendances du lieu d'affaires pour lequel la licence est accordée.

Les mêmes pénalités sont encourues lorsque la vente à une personne de moins de **vingt et un ans** est faite dans un club muni de licence en vertu de l'article 966.

Dans les poursuites pour vente de liqueurs à une personne dont l'âge est alléguée être moins de vingt et un ans, c'est au défendeur qu'il incombe de prouver que cette personne a vingt et un ans révolus.

En vigueur au 1er mai 1917.

Note.—Tous les autres articles de la loi ayant trait à la vente de liqueurs à des mineurs ou destinées à être consommées par des mineurs, sont changés en remplaçant les mots “dix-huit ans” par les mots “vingt et un ans”.

(A suivre au prochain uméro).

BANQUE HOCHELAGA

QUARANTE-DEUXIEME RAPPORT ANNUEL

Messieurs:—

Vos Directeurs ont l'honneur de vous soumettre leur rapport sur les opérations de la Banque pour l'exercice clôturé le 30 novembre 1916:

COMPTE DE PROFITS ET PERTES

30 novembre 1916

CREDIT

Balance au crédit de Profits et Pertes le 30 novembre 1915	\$ 40,622.08
Profits de l'année finissant le 30 novembre 1916, déduction faite des frais d'administration, intérêts sur dépôts, intérêts perçus d'avance sur escomptes, et Réserves pour créances douteuses et mauvaises ..	546,011.90
	<u>\$ 586,633.98</u>

DEBIT

Dividende payé le 1er mars 1916	\$90,000.00
Dividende payé le 1er juin 1916	90,000.00
Dividende payé le 1er septembre 1916	90,000.00
Dividende payable le 1er décembre 1916	90,000.00
	<u>\$ 360,000.00</u>
Porté au fonds de pension des employés	5,000.00
Réserve pour dépréciation sur placements et autre actif	110,000.00
Taxe de guerre sur la circulation des billets de la Banque au 30 novembre 1916	36,386.13
Amortissement du mobilier	22,536.80
Souscription au fonds patriotique canadien	10,000.00
Balance au crédit de Profits et Pertes le 30 novembre 1916	42,711.05
	<u>\$ 586,633.98</u>

Le Gérant-général: BEAUDRY LEMAN.

Le Président: J.-A. VAILLANCOURT.

BILAN

30 novembre 1916.

PASSIF

Capital versé	\$4,000,000.00
Fonds de Réserve	3,700,000.00
Dividendes impayés	4,836.17
Dividende payable le 1er décembre 1916	90,000.00
Balance au compte de Profits et Pertes	42,711.05
	<u>\$ 7,837,547.22</u>
Billets de la Banque en circulation ..	4,154,382.00
Dépôts ne portant pas intérêt	5,338,234.51
Dépôts portant intérêt y compris l'intérêt accru jusqu'à la date de l'état	24,242,305.61
Balances dues aux Banques et aux Correspondants dans le Royaume-Uni et à l'étranger	234,728.16
Acceptations de lettres de crédit ..	54,330.41
	<u>\$34,023,980.69</u>
	<u>\$41,861,527.91</u>

ACTIF

Or et espèces monnayées	\$ 392,592.47
Billets du Dominion	3,953,467.75
	<u>\$ 4,346,060.22</u>
Dépôt entre les mains du Ministre des Finances en garantie de la circulation	171,467.29
Dépôt aux Réserves centrales d'or ..	700,000.00
Billets des autres Banques	259,562.00
Chèques sur autres Banques	1,294,929.35
Balances dues par d'autres Banques au Canada	925,598.49
Balances dues par des Banques et des Correspondants étrangers	1,715,534.40
	<u>\$ 9,413,151.75</u>
Valeurs des Gouvernements fédéral et provinciaux du Canada (au prix du marché)	896,483.60
Valeurs municipales canadiennes et valeurs publiques britanniques, étrangères et coloniales, autres que les valeurs publiques canadiennes (au prix du marché) ..	3,677,634.87
Obligations de chemins de fer, débetures et actions (au prix du marché)	304,307.00
	<u>\$ 4,878,425.47</u>
Prêts à demande et prêts à courte échéance au Canada, sur obligations, débetures et actions	1,686,053.62
	<u>\$15,977,630.84</u>
Prêts aux corporations municipales, paroissiales et scolaires	1,275,723.53
Autres prêts courants et escomptes en Canada, (déduction faite des intérêts perçus d'avance)	22,259,301.10
Créances en souffrance déduction faite des pertes possibles	148,255.82
Engagements pris par clients en raison de lettres de crédit	54,330.41
Immeubles autres que les édifices de la Banque	227,074.93
Hypothèques sur des Immeubles vendus par la Banque	106,533.48
Edifices de la Banque au prix coûtant, diminution faite des amortissements et hypothèques	1,557,402.65
Autre actif non compris dans les articles qui précèdent	255,275.15
	<u>\$41,861,527.91</u>

Le Gérant-général: BEAUDRY LEMAN.

Le Président: J.-A. VAILLANCOURT.

CERTIFICAT DES VERIFICATEURS


Nous avons l'honneur de faire rapport aux actionnaires de la Banque d'Hochelega:

Que nous avons contrôlé la caisse et vérifié les valeurs de la Banque au bureau Principal le 30 novembre 1916 et à une autre date, tel que requis par la Section "56" de l'Acte des Banques, et que nous avons constaté que le tout concordait avec les entrées respectives dans les livres de la Banque, et que nous avons aussi, dans le cours de l'année écoulée, fait l'examen des comptes de quelques-unes des principales succursales;

Que nous avons obtenu tous les renseignements et les explications que nous avons demandés et que, dans notre opinion, les transactions de la Banque dont nous avons eu connaissance étaient dans les limites de ses pouvoirs;

Que nous avons examiné les livres au Bureau-Chef, et comparé le Bilan ci-dessus avec ces livres et les rapports certifiés des succursales, et que, dans notre opinion, et au meilleur de notre connaissance d'après les renseignements qui nous ont été donnés et tel qu'indiqué par les livres, il est rédigé de façon à démontrer fidèlement et exactement l'état des affaires de la Banque.

S. ROGER MITCHELL, C. A.
de la Société Marwick, Mitchell, Peat & Co.,
GEO. GONTHIER, L. I. C., Vérificateurs,
de la Société Gonthier & Midgley.



THE McCASKEY MAN
THE ONLY MAN

Accordez une demi-heure à cet homme

Voulez-vous accorder une demi-heure à cet homme pour qu'il puisse vous dire ce que le service McCaskey peut faire pour votre commerce et pour votre clientèle. C'est l'homme du McCaskey et il connaît de A jusqu'à Z les affaires du

compte de débit.
Son pain et son beurre dépendent de ce commerce. Si vous lui accordez une demi-heure vous en obtiendrez quelques bonnes idées qui conviendront à votre commerce et vous serez on ne peut plus bienvenu, que vous lui remettiez une commande ou non.

Le Service McCaskey travaille autant pour votre client que pour vous, parce que votre client est tout aussi intéressé que vous à connaître combien il doit de jour en jour et à avoir des comptes tenus de la façon la plus simple et avec le moins de dépense possible, tout comme vous.

Le Service McCaskey paye de lui-même dans les affaires courantes en épargnant du temps, de l'argent et des erreurs au marchand. Une écriture au moment de la vente, et vos livres sont toujours à jour.

Si vous accordez une demi-heure de temps au représentant de McCaskey pour qu'il vous fasse connaître ce qu'il a à vous dire, vous en retirerez un gros profit.

Représentants pour Québec:

E. E. PRECOURT
J. E. BEDARD
R. CHOQUETTE
F. BRUNELLE
C. E. PICARD



McCASKEY
Toronto (Canada)

McCASKEY
"ONE WRITING"

LE COMMERCE A TROIS-RIVIERES

Trois-Rivières, 17. — Les élections de la chambre de Commerce ont eu lieu hier soir. Ont été élus, président, M. Alphonse Laurin; vice-président, M. Charles Burrell; secrétaire, Henri Boisson; auditeurs de la chambre de Commerce, l'échevin Robert Ryan, M. Gustave Dérome; comité: MM. C.-R. Whitehead, Norman Labelle, J.-L. Fortin, L.-G. Balcer, W.-B. Baxter, L.-E. Dufresne, Jos.-M. Dalton, J.-A. Pelletier. Les nouveaux membres admis ont été MM. J.-A. Vézina, D. Durand, Ed. Langlois, L.-P. Mercier, Théo. Jourdain, Dr J.-H. Vignault. L'ancien président, M. Norman Labelle, a rendu compte de son administration de deux ans.

M. Shea, agent de publicité, a donné une conférence sur le commerce.

LA VILLE BALNEAIRE D'AMERIQUE

Le nom de "Mount Clemens" (Mich.) est familier dans toute l'Amérique et connu en Europe. Ses sources minérales ont soulagé un grand nombre de personnes souffrant de rhumatisme, de névralgie et d'autres maladies. Les hôtels de Mount Clemens, ouverts toute l'année, sont modernes et de premier ordre et leurs tarifs sont raisonnables. La meilleure manière de se rendre à Mount Clemens est de prendre le chemin de fer du Grand-Tronc. Service de trains splendide. Pour renseignements complets, s'adresser à M.-O. Dafoe, 122 rue Saint-Jacques, Montréal.

NOTES ECONOMIQUES

Au cours de la semaine passée, la délégation dite de la "Bonne Entente" composée de personnalités marquantes de la province de Québec est allée rendre visite à nos voisins de l'Ontario, dans le but, non seulement d'aider aux relations d'affaires entre les provinces-soeurs, mais encore et surtout pour cimenter la concorde et l'amitié entre les races canadiennes-anglaises et canadiennes-françaises. A Toronto, à Niagara Falls, partout où la délégation passa, ce fut des réceptions magnifiques empreintes de la plus reconfortante cordialité et qui, certainement favoriseront dans l'avenir les sentiments d'entente entre les deux races qui forment la base de la population canadienne.

La récolte espagnole d'olives.—La récolte d'olives d'Espagne est très petite cette année. Les insectes y ont causé beaucoup de dommages. La récolte de l'olive "Reine" est désastreuse et n'atteindra vraisemblablement qu'un dixième d'une récolte normale; quant à la qualité, elle est inférieure. On estime que 3,500 hogsheads seulement ont été séchées et que parmi ce nombre, 25,000 seront disponibles pour expédition. La récolte de Manzanilla n'a pas souffert autant mais ne représente cependant qu'un sixième d'une bonne récolte.

La consommation du sucre au Canada, en 1916, a été de 267,387 tonnes. En 1913, elle fut de 285,803, en 1914, de 314,266 et en 1915 de 302,450. Le prix moyen maximum du sucre en 1916, fut de \$8.15 les 100 lbs. contre \$6.71 en 1915. La moyenne est de \$7,284 pour 1916 et \$6,165 pour 1915.

Le Marché de l'Alimentation

AVIS

Les prix que nous donnons ici sont ceux du jeudi 18 janvier 1917, obtenus quelques heures avant l'impression de ce journal.

GRAINS ET FARINES

MARCHE DE CHICAGO

A terme:

Ouverture	Haut	Bas	Fermeture
Blé—			
Mai . . . \$1.85	\$1.88½	\$1.85	\$1.88
Jullet . . . 1.49	1.51½	1.49	1.51
Maïs—			
Mai 98%	99%	98%	99½
Jullet . . . 97%	98½	97%	98½
Avoine—			
Mai 57½	57%	57½	57%
Jullet . . . 54%	55%	54%	55½

Cotations au comptant:—
 Blé—No 2 rouge, nominal; No 3 rouge, \$1.84 à \$1.92; No 2 dur, nominal; No 3 dur nominal.
 Maïs—No 2 jaune, 98½c à 99c; No 4 jaune, 96c à 97½c; No 4, blanc, 96½c à 97½c.
 Avoine—No 3 blanche, 56½c à 57½c; standard, 57½c à 58c.
 Seigle—No 2, \$1.47.
 Orge—95c à \$1.31.
 Graine de mil—\$3.50 à \$5.50.
 Graine de trèfle, \$12.00 à \$17.00.

MARCHE DE MONTREAL

CEREALES

Blé No 1 Northern	\$1.97
— 2 —	1.94
— 3 —	1.91
— 4 —	1.75
Avoine No 1 C.W.	0.75
— No 2 C.W.	0.70
— No 3 C.W.	0.68½
— No 1 extra pour le bétail	0.68
— No 1 —	0.67½
— No 2 —	0.66
Avoine No 2 Blanche	0.64
— No 3 —	0.63
Maïs Jaune No 3	1.16
Orge du Manitoba	1.14

LE MARCHÉ DE LA FARINE

Fortes à boulanger

Bakers Special 2 sacs	\$9.30
Manitoba S.B.	8.80
Keetawba	9.50
Montcalm	9.00
Medora	9.50

PATENTES DU PRINTEMPS

Regal 2 sacs	\$10.00
Fleur de Lis	9.50
Daily Bread	9.30
Royal Household	10.00
Flve Roses	10.00
Glenora	9.50
Hurona à pâtisserie	10.00
Harvest Queen	9.50
Farine de blé-d'Inde blanc pour boulanger	6.60
— — — — — pour engrais	5.20

Farine d'avoine:

Avoine roulée, sacs de 90 liv	3.25	3.35
— — — — — baril	0.00	7.00

ISSUS DE BLE

Son, au char, tonne	\$33.00
Grue, ———	35.00
Middlings d'Ontario, au char, tonne	38.00 40.00
Moulée pure, au char	45.00 48.00
Moulée mélangée	43.00

FOIN PRESSE ET FOURRAGE

Foin No 2	13.00
— No 3	11.50
Foin et trèfle	10.50

FROMAGE — BEURRE — OEUFS

Montréal

Fromage coloré de l'Ouest, le meilleur	0.25½	0.25½
— blanc ———	0.25	0.25½
— blanc de l'Est ———	0.24	0.24½
— coloré de l'Est ———	0.24½	0.24½
— Oka ———	0.00	0.35
Beurre de crèmerie d'automne, le meilleur	0.43	0.43½
Beurre de crèmerie d'automne, bonne qualité	0.42½	0.42½
— d'hiver	0.41	0.42
— de ferme	0.37½	0.38
— 1re qualité	0.38½	0.39

Dernières ventes de la Société Co-opérative-Agricole des Fromagers du Québec:—

Fromage blanc No 1	23	13-16
— No 2	23½	
— No 3	0.23	
— coloré No 1	0.00	
— No 2	0.00	
— No 3	0.00	
Beurre de crèmerie d'hiver, 1re qualité	0.40	
— bon	0.38½	
— pasteurisé	0.00	

Oeufs strictement frais	0.65	0.70
— frais	0.55	0.60
— choisis No 1	0.42	
— mirés	0.40	
— No 2	0.34	0.36

FROMAGES IMPORTES

Le fromage de Roquefort se vend 65c la livre. Très rare.
 Gruyère, très rare.

MIEL

Miel blanc No 1 en gâteaux	0.15	0.15½
— brun No 1	0.12½	0.13
— coulé en chaudière de 30 lbs: Blanc, la livre	0.12½	0.13
Brun, la livre	0.10½	0.11
Miel de sarrasin	0.09	0.10

PRODUITS DE LA CAMPAGNE

Produits de l'érable.—On cote les prix suivants:

Pur sirop d'érable, boîte de 8 lbs.	0.95	0.97½
— — — — — de 10 lbs.	1.07½	1.10
— — — — — de 13 lbs.	1.25	1.30

choix extra	1.40	1.50
Sucre d'érable, la liv.	0.15	0.16

Fèves.—On cote les prix suivants:

Choisies à la main, lots de char	6.75	7.00
3 lbs. pickers	0.00	6.50
5 ———	0.00	6.25
7 ———	0.00	6.00

POMMES DE TERRE

Montagnes Vertes, en gros, le sac	2.40
De Québec, en gros, le sac	2.25

GAZOLINE

Le gallon	0.27½
---------------------	-------

MARCHE A PROVISION

Porcs vivants, lots de choix, \$13.75 à \$14.00 les 100 liv., pesés hors charr; porcs apprêtés fraîchement tués des abattoirs, \$18.25 à \$20.00 les 100 liv., jambons, 8 à 10 liv., 25c la liv., jambons, 12 à 14 livres, 24 cents la livre, jambons poids moyens et lourds, 23c; bacon pour breakfast, 27 cents; bacon de choix Windsor, 29 cents la livre; bacon de Windsor, désossé 30 cents la lb.; saindoux, qualité "Pure Leaf", 21c la livre en seaux de 20 lbs, en bois; saindoux qualité "Pure Leaf", 20½c la livre en seaux de 20 lbs, en ferblanc; saindoux composé, 17½c à 18c la liv. en seaux de 20 liv., en bois; saindoux composé, 16½c à 17½c la livre, en seaux de 20 liv., en ferblanc.

HUITRES

Standard, sans écailles, No 3, le bidon	\$5.00
— — — — — 5, le bidon	8.25
De choix ——— 3, le bidon	5.70
— — — — — 5, le bidon	9.50
Cap Cod moyenne le baril	9.00
Blue Points	9.00
Caraquet	7.00

PEAUX VERTES

Boeuf inspecté No 1	0.00	0.25
— No 2	0.00	0.24
— No 3	0.00	0.23
Veau No. 1	0.38	
— No. 2	0.36	
Peau de mouton	3.80	
Peau de cheval No 1	8.50	

LEGUMES

Choux, la livre	3½	
Laitues pommées de Boston, la douz.	2.00	2.50
Patates sucrées, le panier	3.25	
Céleri Cœur d'Or, 5, 6, 7, et 8 douz., au panier le panier	9.00	
Tomates, la livre	0.30	

OIGNONS

Espagnols, en caisse d'environ 150 livres, la caisse	6.00
Oignons rouge, la liv.	0.64

POMMES

McIntosh en boîtes, extra fancy,	
125, 150, 175 et 200	3.00
"Spitz" extra fancy" en boîtes,	
125, 150, 163 et 175	3.00
Fameuses extra fancy, 150, la	
boîte	2.75
Baldwins No 1, le baril	5.25
Spies Spéciales No 3 le baril	5.25
Autres variétés	4.50

FRUITS DE CALIFORNIE

Poires Beurre Easter.	4.50
Poires Winter Nellis	0.00 5.00
Poires Columbia, demi boîte	2.25
Raisins Almeria "extra fan-	
cy", la caque	7.50
— "fancy"	7.00
— qualité moyenne	6.75

CANNEBERGES

Canneberges foncées de Cap	
Cod, le baril	\$11.00

TANGERINES

Japonaises de fantaisie, 2 btes	1.25
---------------------------------	------

ORANGES MEXICAINES

126 et 150	2.00
176, 200, 216 et 250	2.25

ORANGES NAVEL, SUNK:SI.

96, 126 et 150	3.50
176, 200, 216 et 250	3.75
Autres marques	3.00 3.25

CITRONS

Mesina extra, de fantaisie, gros-	
seur 300 (boîtes seulement)	3.50
Do. Fantaisie, 300	3.25

PAMPLEMOUSSES

"Gray", grosseurs 54 et 64	3.75
80, 96	3.90

FIGES NOUVELLES DE CALIFORNIE

Figues de Californie, 25 liv. en-	
viron	2.00

DATTES

Hollowees, paquets d'une livre	0.11
non empaquetées, très	
bonne qualité	0.11

BANANES

Jumbos de Port Limon, le régi-	
me	2.50 2.75

LE BLE ET LA FARINE

Le marché au blé, à Chicago, a encore été très agité la semaine dernière; mais les changements de prix se sont réduits finalement à peu de chose. Les cotes de la farine n'ont pas varié à Montréal.

FROMAGE, BEURRE ET OEUFS

Il n'y a pas eu de changements notables, depuis quelques jours, dans les prix du beurre, du fromage et des oeufs. A Montréal, la demande pour le beurre de crèmerie d'hiver est plus forte, et en conséquence le ton du marché est assez ferme.

POMMES DE TERRE

Le prix des pommes de terre est de nouveau augmenté. Les Montagnes Vertes se vendent, en gros, \$2.40 le sac et les Québec \$2.25 au lieu de \$1.90-\$1.95, et \$1.70 et \$1.75 respectivement.

SUCRES

Extra granulé, sac, les 100 liv.	\$7.70
— baril	7.75
Extra Ground, baril, les 100 liv.	7.90
— ¼ bte 25 liv.	8.30
No 1 yellow, baril, les 100 liv.	7.35
No 1 — sac	7.0
Powdered, bte 50 liv.	8.00
— bte 25 liv.	8.20
Paris Lumps, bte 100 liv.	8.40
Crystal Diamond, bte 100 liv.	8.40
— 50 liv.	8.50
— bte 25 liv.	8.70
Crystal Domino, 100 liv.	8.95

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

SAINDOUX

Saindoux pur, en tinette	0.22%
— en seaux	4.50
— en cse de 10 liv.	0.22%
— en cse de 5 liv.	0.23
— en cse de 3 liv.	0.23½
— blocs d'une liv.	0.00

FRUITS SECS

Raisins de Corinthe	La liv.
Corinthe, Filiatras, en cartons	
1 lb.	0.21 0.22
— en vrac	0.00

Raisins de Malaga	Liv.
Connaisseur, la bte	3.40
Extra Dessert, la bte	4.25
— paquets	4.75
Royal, la bte	5.00
Impérial, —	6.25
6 Couronnes, pqts., la bte	6.00
Excelsior, la bte	7.00

Raisins Sultana	Liv.
Cartons, 1 lb	0.00
En vrac	0.00

Raisins de Valence	Liv.
Valence fin,	
btes de 28 lbs.	0.00 0.00
— choisi, btes de 28	
liv.	0.00 0.00
28 lbs.	0.00 0.00
— sur couches, 4	
cour., btes de 28 liv.	0.00 0.00

Raisins de Californie	Liv.
Epépinés, paq. 1 lb. fancy	0.00 0.11½
— paq. 1 lb. choix	0.00 0.11
Muscatel, 3 Couronnes, btes de	
50 liv.	0.11½
Fruits évaporés	Liv.
Abricots, boîte 25 lbs.	0.00 0.20
Pêches, boîtes 25 lbs.	0.00 0.12
Poires, boîtes 25 lbs.	0.00 0.00
Pommes tranchées, éva-	
porées, btes de 50 liv.	0.00 0.12

Pelures de Fruits	Liv.
Citron	0.23 0.24
Citronnelle	0.28 0.29
Orange	0.24 0.25
Pruneaux de Californie	Liv.

Boîtes de 25 lbs.	
30-40	0.18½
40-50	0.13
50-60	0.12½
60-70	0.12½
70-80	0.12
80-90	0.11½
90-100	0.11

NOIX ET AMANDES

Noix écalées, la livre	0.45
Amandes de Valence, boîte de 28	
liv., la liv.	0.45

Avelines, les meilleures, ———	0.20
Pécans (pécanas), ———	0.20
Amandes, ———	0.21
Noix, ———	0.20
Peanuts Bon Ton, ———	0.13
Amandes Tarragone	0.20 0.21
— Marbot	0.00 0.13
— du Brésil	0.00 0.22
— de coco râpés à la	
lb.	0.25 0.30
Cerneaux	0.45 0.46
Peanuts rôties, Coon	0.03½ 0.09
— rôties, G.	0.09 0.09½
— rôties, Bon Ton	0.12½ 0.13½

LEGUMES SECS.

Légumes secs.	
Orge monde, sac	0.00 5.75
Fèves blanches, (Can.)	
boisseau	6.90 7.20
— triées à la main	0.00 7.00
Orge perlée, sac	0.00 6.25
Fèves jaunes, minot	6.50 7.20
Lentilles rouges, par sac,	
lb.	0.11½ 0.12½
Pois verts, No 1	0.00 0.07½
— cassés, le sac	7.50 8.00
Blé-d'Inde à soupe, cassé,	
le sac	4.25

CONSERVES DE LEGUMES

Asperges (Pointes), 2 lbs.	0.00 2.50
— entières, can. 2 liv.	0.00 2.50
— Californie, 2½ liv.	3.40 3.75
Butteraves tranchées, 3	
liv.	0.00 1.00
Blé-d'Inde, 2 liv.	0.00 1.50
— en épis, gal.	0.00 0.00
Catsup, bte 2 lbs., doz.	0.00 0.65
— au gal., doz.	0.00 5.00
Champignons hôtel, boîte	0.00 0.00
— 1er choix.	0.00 0.00
— choix, btes	0.00 0.00
Choux de Bruxelles imp.	0.21 0.22
Choux-fleurs	2 lbs. 0.00 1.05
Citrouilles	3 lbs. 0.00 1.90
— gal.	0.00 3.00
Epinars	gal. 0.00 0.00
— 2 lbs.	0.00 0.00
— 3 lbs.	0.00 0.00
Fèves Golden Wax 2 lbs.	0.00 1.45
Fèves vertes	2 lbs. 0.00 1.45
— de Lima	2 lbs. 0.00 1.50
Flageolets importés bte.	0.16½ 0.18
Haricots verts imp. bte.	0.00 0.00
Macédoine de légumes bte	0.00 0.00
Petits pois imp. moyens, bte.	0.19½ 0.21½
— mi-fins, —	0.21½ 0.22½
— fins, —	0.22½ 0.24
— très fins, —	0.24 0.26
— extra-fins, —	0.26 0.28
Pois Can., English Garden	1.20 1.85
— Early June	1.85 1.45
Succotash	1.45 2.25
Tomates, 2 liv.	0.00 6.50
— gall.	0.00 10.00
Truffes, ¼ boîte	0.00 10.00

Conserves de Fruits

Par doz., groupe No. 1	No. 2
Ananas coupés en dés	
. 1½ lb.	0.00 1.80
— importés . 2½ lb.	2.75 3.25
— entiers (Can.)	
. 3 lb.	0.00 3.50
— tranchés (Can.)	
. 2 lb.	0.00 3.85
— râpés (emp. Can.)	
. 2 lbs.	0.00 2.80
Bluets, 2 liv.	0.00 1.00
Cerises rouges sans noy-	
au 2 lbs.	0.00 1.75
Fraises, sirop épais, 2 lbs.	0.00 2.05
Framboises, sirop épais	
. 2 lbs.	0.00 1.75
Gadelles rouges, sirop	
épais 2 lbs.	0.00 0.00

Gadelles noires, sirop		
épais 2 lbs.	0.00	0.00
Marinades enseau, 5 gal.	0.00	8.50
Marinades can., 1 gal. gal.	0.00	0.95
2 gals	0.00	1.45
3 gals.	0.00	2.05
Olives, 1 gal. gal.	0.00	1.77 1/2
Pêches jaunes 2 lb.	0.00	1.90
. 3 lbs.	0.00	2.45
Poires Bartlett 2 lbs.	0.00	2.25
. 3 lbs.	0.00	0.00
Pommes Standard. 3 lbs.	0.00	1.15
Pommes Standard . gal.	0.00	3.40
Mûres, sirop épais . gal.	0.00	0.00
Prunes, Damson, sirop		
épais 2 lbs.	1.10	1.15
Lombard, sirop		
épais 2 lbs.	1.03 1/2	1.05
de Californie		
. 2 1/2 lbs.	0.00	2.75
Greengage, sirop		
épais 2 lbs.	1.10	1.12 1/2
Rhubarbe Preserved 2 lbs.	0.00	1.55
Cerises blanches doz.	0.00	2.25
noires doz.	0.00	2.40

RIZ

Riz Importés:		
Riz Patna, sacs de 112 lb.		
suivant qualité . . . lb.	0.0	0.07 1/2
Carolina lb.	0.07 1/2	0.08
moulu	0.00	0.07
soufflé (puffed) cse		
de 36 paquets de 2 btes	0.00	4.25
Les prix ci-dessous s'entendent f.o.b.		
Montréal.		
Qualité B, sac 250 lbs.	4.30	
Cc, sac 100 lbs	4.10	
Sparkle	6.40	
India Bright, sac 100 lbs.	4.45	
Lustre	4.40	
Polished Patna	4.60	
Pearl Patna	5.10	
Impérial lacé Patna	5.30	
Crystal Japan	5.10	
Snow Japan	5.30	
Ice Drips Japan	5.40	

FARINES ET PATES ALIMENTAIRES

Farine Household, qrt.	\$10.50	
à pâtisserie Ocean, qrt.	11.00	
d'avoine, granulée, sac. 4.00		
standard, sac. 4.00		
fine, sac	4.00	
sac	3.80	
roulée, baril	7.90	
Farine de sarrasin, le sac	6.25	
Banner, Saxon et Quaker Oats,		
et Ogilvie, cse	0.00	4.85
Cream of Wheat, cse	0.00	6.00
Farine de maïs, 1re qua-		
lité, le sac de 98 liv.	3.75	
pomme de terre,		
pq. de 1 liv., doz.	0.00	0.00
"Canada Starch", 16		
onces, caisse	3.00	
Saint-Laurent, 13		
onces, 2 douz.	2.75	
Vermicelle, macaroni et		
spaghetti canadiens		
btes de 5 lbs., lb.	0.00	0.07
En vrac, bte 30 liv.	0.00	2.30
Paquets de 30 liv.	0.00	2.30
Nouilles aux oeufs:		
spaghetti, pâtes assort-		
ties: alphabets, chiff-		
fres, animaux, nouilles,		
coudes. Importés en		
vrac, liv.	0.00	0.07 1/2
En paquets de 1 liv.	0.00	0.07 1/2
Tapoca perlé, en sac, liv. 0.08 1/2	0.09	
Sagou lb.	0.08 1/2	0.09

THE

Congou commun	0.15	0.31
Thés noirs Ceylon:		
Pekoe	0.33	0.36

Orange Pekoe	0.30	0.35
Japon commun	0.23	
Japon moyen	0.26	
choix	0.30	
extra	0.37 1/2	
Pinz Suez Young Hyson 0.15	0.18	
Gunpowder commua	0.15	
moyen	0.18	
Pea Leaf	0.24	
Pin Head	0.33	
Formosa Oolong	0.40	

LARD AMERICAIN

1re qualité, le quart	\$41.50
2e	40.75

MELASSE

—Montréal:		
Barbade, choix, tonne, le gal.	0.56	
terce et qt.	0.59	
demil quart	0.61	
Mélasse fancy, tonne	0.65	
terce	0.68	
—Campagne:		
Barbade, choix, tonne	0.54	
terce et quart	0.57	
demil quart	0.59	
Mélasse fancy, tonne.	0.62	
terce	0.65	

CONSERVES DE POISSONS

Anchois à l'huile (suivant		
format doz.	3.00	6.25
Caviar 1/4 lb. doz.	5.15	5.25
. 1/2 lb. doz.	10.00	10.25
Crabes 1 liv. doz.	3.75	3.90
Crevettes en saumure 1 lb.	0.00	1.75
— sans saum. 1 lb.	0.00	0.00
Finnan Haddies doz.	0.00	1.30
Harengs frais importés,		
. doz.	1.40	1.45
— marinés imp doz	2.45	2.50
aux Tom., imp.		
. do.	2.20	2.25
kippered imp.		
. doz.	2.45	2.50
canadiens kip-		
pered	0.95	1.10
canadiens, sau-		
ce tomates	0.95	1.14
Hareng saurs, bte	0.22	
Homards, bte h., 1 lb. doz.	0.00	5.35
bte plate, 1/2		
livre	3.05	3.15
bte plate, 1 lb.		
. doz.	5.75	5.90
Huitres (solid meat) 5 oz.		
. 10 doz.	0.00	1.20
(solid meat) 10		
oz. doz.	0.00	2.90
Maquereau, tin, 1 lb., la		
doz.	1.00	1.05
Morue, grosse, le baril	6.50	6.75
No. 1	5.75	6.50
No 2	5.50	6.00
Royans aux truffes et aux		
achards bte.	0.17	0.18
Sardines Can. 1/4 bts.	4.75	5.00
françaises, 1/4		
btes	0.17 1/2	0.22
btes.	0.22	0.51
Norvège, 1/4	0.16 1/2	0.17
française, 1/2		
boîtes.	0.19	0.50
sans arêtes	0.24	0.25
Sprats, 1/4 de boîte	0.11	0.11 1/2
Saumon Labrador, 100 lbs.	0.00	3.00
Cohoos, Fraser		
River, 1 liv.	0.00	0.00
rouge:		
Horse Shoe et Clover		
Leaf, boîte basse, 1		
liv. doz.	0.00	3.25
rouge, Sockye,		
(Rivers' Inlet), boîte		
haute, 1 liv. doz.	0.00	0.00

EPICES PURES, GRAINES ET SEL, ETC.

Nous cotons:		
Allspice moulu. lb.	0.00	0.17
Anis liv.	0.00	0.60
Clous de girofle moulu lb.	0.00	0.30
Cannelle en rouleau . . . lb.	0.00	0.13 1/2
Clous de girofle entiers		
lb.	0.00	0.23 1/2
Chicorée canadienne . lb.	0.1-	0.14
Crème de tartre lb.	0.00	0.55
Colza lb.	0.07	0.08
Gingembre en racine. lb.	0.16	0.20
Graine de lin non mou-		
lue lb.	0.00	0.08
moulue lb.	0.06	0.07
dechanvre. lb.	0.07 1/2	0.08
Macis moulu	1.00	
Millet, liv.	0.00	0.12
Mixed spices moulues. lb.	0.18	0.20
Moutarde en vrac, la liv.	0.00	0.15
Muscade moulue lb.	0.00	0.65
Piments (clous ronds) lb.	0.00	0.13
Poivre blanc rond . . . lb.	0.32	
blanc moulu lb.	0.00	0.34
noir moulu lb.	0.00	0.26
rond, liv. liv.	0.00	0.28
de Cayenne pur lb.	0.00	0.30
Whole pickle spice . . . lb.	0.00	0.15
Sel fin en sac, 200 liv. . .	0.00	1.55
en 1/4 de sac lb.	0.00	0.45
quart, 2 1/2 lbs. baril . .	0.00	3.70
quart, 3 liv.	0.00	3.55
quart, 5 lbs.	0.00	3.50
quart, 7 lbs.	0.00	3.35
Fin	0.00	2.40
Dairy	0.00	2.65
Gros sel, sac	1.05	1.10

MECHES DE LAMPES

Le rouleau, No 2	0.35
Le rouleau, No 1	0.25
Le rouleau, No 0	0.20

VERRES DE LANTERNES

Caisse d'une douz.	0.65
----------------------------	------

VERRES DE LAMPES

No 2, la douzaine	0.80	0.90
No 1,	0.70	0.80

HUILE DE COTON

Au baril, le gallon	1.70	1.85
-------------------------------	------	------

FICELLE DE COTON

3 brins, blanche, la liv.	0.36	0.36 1/2
4 la liv.	0.00	0.39 1/2
4 colorée		0.43 1/2

PAPIER D'EMBALLAGE

Papier brun en rouleaux	0.05 1/2
Manille en rouleaux	0.06
Papier Manille, 13 x 17 est coté	1.50
Kraft	0.11

SAVON DE CASTILLE

Le savon de Marseille en morceaux se vend \$7.00 la caisse et de 17c à 18c la livre, poids net, blanc ou marbré.

HUILE DE CASTOR

Nous cotons: Groase Doz.		
Bouteilles de 1 oz.	4.25	0.40
3 oz.	9.00	0.85
2 oz.	6.75	0.70
4 oz.	11.00	1.10

HUILE DE RICIN PHARMACEUTIQUE

Au baril, la liv.	0.10
Moindre quantité, le gal.	2.00

Table Alphabétique des Annonces

Assurance Mont-Royal . 26	Canadian Shredded Wheat 5	Garrand Terroux & Cie 23	McArthur A. 33
Baker & Co. (Walter) 8	Caron A. 23	Gillett Co. (Ltd) E. W. 10	McCaskey 19
Banque d'Epargne . . . 27	Church & Dwight . . . 4	Gonthier & Midgley . . 23	McLaren Light 4
— d'Hochelaga 18 et 24	Cie d'Assurance Mutuel- le du Commerce . . . 26	Grand Trunk Railway matière a lire	Maxwells Limited . . . 34
— Nationale 24	Clark Wm. 8	Imperial Tobacco . . . 11	Montbriand L.-R. . . . 23
— Molson 24	Cluett, Peabody & Co. 34	Jonas & Cie H.	Nicholson File 33
— Provinciale . . . 24	Connors Bros. 10	Couverture intérieure 2	Nova Scotia Steel . . . 24
Barnett G. & H. 29	Cottam Bird Seed . . . 23	Lacaille, Gendreau & Cie 8	Pacifique Canadien . . 16
Borden Milk Co.	Couillard Auguste . . . 23	Lake of the Wood	Pink 30
. Couverture	Disston Saw 32 Couverture	Plow & Co. 16
Bowser 5	Dom. Canners (Ltd.) . 3	Laporte, Martin (limi- tée)	Port Hope Sanitary . . 31
Brandram-Henderson . 31	Eddy E. B. Co. 9 Couverture intérieure	Prévoyants du Canada (les) 26
British Colonial Fire	Escott 9	La Prévoyance 26	Rolland & Fils, J.-B. . 23
Ass. 27	Esinhart & Evans . . . 26	La Sauvegarde 26	St. Lawrence Sugar Co. 9
Brodie & Harvie 8	Fairbanks 7	Leslie & Co. A. C. . . . 33	Sun Life of Canada . . 26
Bryant, Dunn & Co. . 24	Federal Securities . . . 23	Liverpool-Manitoba . . 26	United Shoe Machine- ry Co. (Ltd) 28
Canada Life Assurance	Fontaine Henri 23	Martin, G.-E. 23	Western Ass. Co. 26
Co. 26	Fortier Joseph 23	Mathieu (Cie J.-L.) . . . 9	Winnipeg & Western Grocer 5
Canada Brush 33	Gagnon P.-A. 23		
Canadian Film Ex- change 27			
Canadian Johns-Man- ville 6			

Maison fondée en 1870.
AUGUSTE COUILLARD
IMPORTATEUR DE
Ferromerie et Quincaillerie, Verres
à Vitres, Peintures, etc.
Spécialité: Peiles de toutes sortes
Nos. 232 à 239 rue S.-Paul
Ventes 12 et 14 S.-Amable, MONTREAL

La maison n'a pas de commie-voya-
geurs et fait bénéficier ses clients de
cette économie. Attention toute spéci-
ale aux commandes par la maille. Mes-
sieurs les marchands de la campagne
seront toujours servis au plus bas prix
du marché.

L.-A. CARON, Téléphone Bell
MAIN 3570
Comptable licencié
Institut des Comptables et Au-
diteurs de la Province de Québec,
48, Notre-Dame O., Montréal.

PAIN POUR OISEAU est le "Cot-
tam Bird Seed" fabriqué d'a-
près six brevets. Marchandise de
confiance; rien ne peut l'approcher
comme valeur et comme popularité.
Chez tous les fournisseurs en gros.

JOSEPH FORTIER
Fabricant-Papetier
Atelier de réguire, reliure, type-
graphie, relief et gaufrage. fabri-
cation de livres de comptabilité.
Formules et fournitures de bureau
310 OUEST rue NOTRE-DAME
(Angle de la rue S.-Pierre). MONTREAL

Nous avons à vendre pour \$5,000 ou
n'importe quelle partie de cette som-
me en actions de la "FRONTENAC
BREWRIES, LTD." à un prix at-
trayant.
Federal Securities Co.
205 rue Saint-Jacques, Montréal.
Tél. Ma n 5500

New Victoria Hotel
H. FONTAINE, Propriétaire
QUEBEC
L'Hotel des Commis-Voyageurs
Plan Américain. Taux, à partir de \$2.50

GARAND, TERROUX & CIE
Banquiers et Courtiers
48 Ouest rue Notre-Dame, Montréal

L.-R. MONTBRIAND
Architecte et Mesureur,
220 rue S.-André, Montréal.

G.-E. MARTIN
Comptable, Liquidateur et
Auditeur
211 Edifice McGill, Montréal
Tél. Main 5125.

GEO. GONTHIER H.-E. MIDGLEY
Licencié Inst. Comptable Comptable-Incorp.
GONTHIER & MIDGLEY
Comptables et Auditeurs
108 RUE S.-FRANCOIS-XAVIER, - MONTREAL
Téléphone MAIN 3701-519
Adresse télégraphique - "GONTLEY."

GAGNON & L'HEUREUX
COMPTABLES LICENCIÉS
(CHARTERED ACCOUNTANTS)
Chambres 315, 316, 317, Edifice
Banque de Québec
11 Place d'Armes, MONTREAL
Téléphone Bell Main 4912
P.-A. GAGNON, C.A.
J.-ARTHUR L'HEUREUX, C.A.

**NE MANQUEZ PAS
DE LIRE**
l'Almanach Rolland
Agricole, Commercial
et des Familles
POUR
1917
MAINTENANT EN VENTE
Publié par
La Cie J.-B. Rolland & Fils
53 Rue Saint-Sulpice, Montréal.

LES PETITS ACHATS

Tel est le titre d'un livret que tous ceux qui font des économies devraient lire. Ils y trouveraient des indications utiles sur la manière de payer par versements mensuels des valeurs qui rapportent des rentes.

Pour le recevoir gratuitement, il suffit de s'adresser à

M. PAUL de MARTIGNY

au Bureau de Montréal de la Maison

BRYANT, DUNN & CO.

Rue Saint-François-Xavier, Nos 84-88

TELEPHONE MAIN 4960

LA BANQUE MOLSONS

FONDEE EN 1855

Siège social - - - Montréal

Capital versé - - - - - \$4,000,000

Fonds de réserve - - - - - 4,800,000

COLLECTIONS

Encaissements faits dans tout le Dominion par l'entremise de cette banque et dans toutes les parties du monde civilisé, par l'entremise de nos agents et représentants. Remboursements promptement effectués aux plus bas taux d'échange.

Emissions de lettres de crédit commerciales et de lettres circulaires pour voyageurs valables dans toutes les parties du Globe.

EDWARD C. PRATT, gérant général.

LA BANQUE NATIONALE

FONDEE EN 1869

Capital autorisé \$5,000,000

Capital versé 2,000,000

Réserves 1,954,843

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

Notre bureau de Paris,

14 RUE AUBER,

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

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

Nova Scotia Steel & Coal Co., LIMITED

MANUFACTURIERS

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

GROSSES PIECES DE FORGE, UNE SPECIALITE

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

Bureau principal : New Glasgow (N.-E)

BANQUE PROVINCIALE DU CANADA

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

CAPITAL VERSE ET RESERVE (au 31 déc. 1915) . . . 1,650,000

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

CONSEIL D'ADMINISTRATION:

Président: M. H. LAPORTE, de la maison Laporte Martin, limitée. Administrateur du crédit foncier-franco-canadien.

Vice-Président: W-F CARSLY, capitaliste.

Vice-Président: TANCREDE BIENVENU, Administrateur Lake of the Woods Milling Co., limited.

M. G-M BOSWORTH, Vice-Président "Canadian Pacific Railway Co."

L'Hon. ALPHONSE RACINE, Conseiller législatif, président de la maison de gros Alphonse Racine limitée.

M. L-J-O BEAUCHEMIN, de la Librairie Beauchemin Itée

M. M. CHEVALIER, directeur général Crédit foncier franco-canadien.

BUREAU DE CONTROLE

(Commissaires-censeurs)

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

Vice-Président Docteur E-P LACHAPELLE, Administrateur du Crédit foncier franco-canadien.

L'HON. N. PERODEAU N. P., Ministre sans portefeuille du gouvernement du Québec.

BUREAU PRINCIPAL

Directeur gerant général: M. TANCREDE BIENVENU;

M. LAROSE, inspecteur en chef; M. A. TURCOT, inspecteur;

M. A. THIBAUT assistant inspecteur; A. GIROUX, secrétaire

Correspondants: Etranger: Etats-Unis: New York, Boston, Buffalo. Chicago. Angleterre. France, Allemagne, Autriche, Italie.

BANQUE D'HOCHELAGA

Fondée en 1874.

Capital versé - - - - \$ 4,000,000

Fonds de Réserve - - - 3,700,000

Total de l'actif - - - 39,000,000

DIRECTEURS :

Messieurs J.-A. Vaillancourt, président;

l'hon. F.-L. Béique, vice-président;

A. Turcotte, E.-H. Lemay, l'hon. J.-M.

Wilson, A.-A. Larocque et A.-W. Bon-

ner.

Beaudry Leman, gérant général.

Yvon Lamarre, inspecteur.

SIEGE SOCIAL: MONTREAL (112 rue St-Jacques)

Bureau Principal: 95 rue St-Jacques

F.-G. Leduc, gérant; P.-A. Lavallée, gérant adjoint.

164 Succursales et Agences au Canada

32 Bureaux de Quartiers.

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

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

FINANCES

NOTE AMERICAINE

Deuxième Année.

Le 17 janvier 1917.

Ce serait faire aux pirates trop d'honneur que d'exagérer l'importance de leurs exploits. Ceux-ci ont bien eu aujourd'hui leur répercussion en Bourse, mais elle ne prit à aucun moment un caractère quelconque de gravité. Les baissiers sont engagés à fond, la clientèle ne l'ignore pas et ainsi s'explique qu'elle ne prête plus qu'une oreille distraite à leurs histoires. C'est ainsi que personne n'a voulu croire que les faits du jour marquent de début de cette guerre sous-marine dont l'Allemagne menace les Alliés et même les neutres. La réaction de la journée n'a pas dépassé la normale de recul des valeurs pendant les périodes de hausse. La clientèle ayant conservé son sang-froid en présence d'un fait désagréable, il n'est guère admissible qu'elle le perde demain et prenne peur en prévision d'un fait de même nature qui peut-être ne se produira pas.

Quoi qu'il en soit, des sinistres de la mer dont la liste n'est pas close, la prospérité américaine s'affirme chaque jour par des faits nouveaux et c'est ce qui nous importe surtout. Le conseil d'administration du U. S. Steel statuera bientôt sur le dividende. Un relèvement n'est pas douteux et la seule question qui se pose est de savoir si l'augmentation portera sur le dividende régulier ou le supplémentaire. Les recettes de décembre du International Mercantile Marine se chiffrent par cinq millions, soit un demi-million de plus que ne prévoyaient les enthousiastes. Les rentrées de la première quinzaine permettent de prévoir que les recettes atteindront près de sept millions à la fin du mois. Tout indique que le prochain emprunt anglais de trois cents millions, sera couvert presque aussitôt que lancé à New-York. Cette somme fera retour aux usines de guerre, aux manufacturiers d'armes et cet appoint nouveau de prospérité aura bien un jour sa répercussion en Bourse.

Tels sont quelques-uns des faits qui indiquent la hausse et servent de base à la confiance de la clientèle. C'est pourquoi sur réaction, quelle qu'en soit la cause momentanée, nous considérons que les valeurs actives sont intéressantes pour le haussier.

BRYANT, DUNN & CO.

ASSEMBLEE ANNUELLE DE LA BANQUE D'HOCHELAGA

La banque augmente son capital à \$10,000,000. — Situation financière très forte.

La quarante-deuxième assemblée annuelle des actionnaires de la Banque d'Hochelega a eu lieu ce matin, et nos lecteurs trouveront dans une autre colonne le bilan de la banque et le rapport présenté par les directeurs.

La Banque a réalisé des progrès considérables dans le cours de l'année et fortifié davantage sa situation financière. Les dépôts ont augmenté de \$6,657,000 ; l'encaisse en or et billets du Dominion s'élève à \$4,346,000, soit une augmentation de \$1,128,000 sur l'année 1915 sans compter un montant de \$700,000 déposé aux

Réserves Centrales d'Or.

L'actif immédiatement réalisable atteint le chiffre de \$17,253,353, en tenant compte des avances au montant de \$1,275,723 aux corporations municipales et scolaires. L'actif de la Banque qui s'élève à \$41,861,527 est de \$10,000,000 plus élevé qu'en 1913.

La Banque dans le courant de l'année a ouvert 14 succursales régulières et 16 sous-agences.

Les hommes d'affaires pourront lire avec avantage le rapport des directeurs et trouveront dans l'analyse qui est faite des conditions économiques actuelles des renseignements intéressants et des indications utiles.

L'attention du public est sérieusement appelée sur la nécessité de pratiquer l'économie afin de permettre au Canada de continuer le développement et la mise en valeur de ses richesses naturelles avec le capital accumulé de ses nationaux au lieu d'avoir recours à des emprunts à l'étranger.

Les anciens directeurs de la Banque ont été réélus et le conseil d'administration se compose de MM. J.-A. Vaillancourt, président; hon. F.-L. Béique, vice-président; A. Turcotte, E.-H. Lemay, hon. J.-M. Wilson, A.-A. Larocque et A.-W. Bonner.

TARIFS D'HIVER POUR LES TOURISTES

Des tarifs spéciaux sont maintenant en vigueur pour aller aux endroits favorisés de la Floride, de la Géorgie, de la Caroline du Nord, de la Caroline du Sud, de la Louisiane et autres états du sud, ainsi qu'aux Bermudes et aux Antilles. Limite de retour, 31 mai 1917. Pour billets, places réservées et tout renseignement, s'adresser à M.-O. Dafoe, 122 rue Saint-Jacques, Montréal.

SERVICE DES WAGONS-RESTAURANTS POUR LES TRAINS DE VOYAGEURS DU GRAND-TRONC

Le Système du chemin de fer du Grand-Tronc, qui s'est créé une réputation dans tout le continent pour l'excellence de son service de wagons-restaurants, vient d'adopter une nouvelle méthode pour attirer l'attention spéciale du public voyageur sur les nombreux plats à des prix raisonnables qui sont servis dans ses wagons-restaurants. Mue par le désir de démontrer à tous les voyageurs que l'on apporte autant d'attention courtoise aux petites commandes qu'aux grandes la compagnie a préparé une carte-menu spéciale qui sera distribuée dans les wagons de première classe et indique les plats servis dans le wagon-restaurant. On a constaté que nombre de personnes qui voyagent occasionnellement éprouvaient une certaine défiance à entrer dans le wagon-restaurant, et l'on croit que les informations qui seront fournies sur les facilités d'obtenir un repas à un prix minime, tout en tenant compte de l'excellence du service, contribueront beaucoup à faire disparaître cette défiance.

En 1913, l'Afrique du Sud a importé 21,263,000 oeufs. On trouvera que le nombre exporté cette année excédera 2,000,000, sans tenir compte de la consommation locale.

Les Prévoyants du Canada

Assurance fonds de pension

Capital autorisé \$500,000
Actif du fonds de pension,
le 30 sept. 1916. \$934,003.81

ACHETEZ DES PARTS DES PREVOYANTS DU CANADA.

Parce que c'est un placement sans pareil;

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

Parce que c'est la seule Compagnie à "Fonds Social" faisant une spécialité de fonds de pension.

TOTAL de l'actif du fonds de pension seulement \$934,003,81.

ANTONI LESAGE, gérant général.

BUREAU PRINCIPAL:

Edifice "DOMINION" 128 rue S.-Pierre, Québec.

BUREAU A MONTREAL

Chambre 22, Edifice "La PATRIE";
X. LESAGE, gérant.

A Propos de la "Canada Life"

Les agents de la "Canada Life" ont fait en 1915 pour \$1,000,000 de plus d'affaires en Canada que l'année précédente.

La "Canada Life" a payé aux porteurs de polices, en 1915, \$7,822,201, soit plus de \$2,000,000 de plus que les paiements pour les mêmes fins de n'importe quelle année précédente et les dividendes des porteurs de polices ont absorbé la majeure partie de cette somme.

Le revenu de la "Canada Life", en 1915, a été de \$9,338,632.19, soit le plus élevé dans les annales de la compagnie.

L'excédent gagné s'est élevé à \$1,480,866.

Le total des dividendes payés aux porteurs de polices, en 1915, a été de plus de \$2,800,000.

HERBERT C. COX

Président et gérant général

IMPRENABLE

ACTIF \$74,326,423
Augmentation pour
1915 10,138,767
ASSURANCES EN VI-
GUEUR 257,404,160
Augmentation pour
1915 39,104,32
SURPLUS NET NON
DISTRIBUE 7,546,59
Augmentation pour
1905 1,041,797

COMPAGNIE D'ASSURANCE
SUN LIFE OF CANADA
SIÈGE SOCIAL-MONTREAL

WESTERN ASSURANCE CO.

Fondée en 1851

ACTIF, au-delà de - \$3,000,00

Bureau Principal: TORONTO
(Ont.)

W. R. BROCK, Président

W. B. MEIKLE

Vice-Président et gérant général

C. C. FOSTER, Secrétaire

Succursale de Montréal:

61, RUE SAINT PIERRE

ROBT. BICKERDIKE, gérant

ASSUREZ-VOUS DANS

La Sauvegarde

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

Siège Social:—Angle des rues Notre-Dame et S.-Vincent, Montréal

La Compagnie d'Assurance Mutuelle du Commerce

Centre l'Incendie
Actif excédant - \$700,000
DEPOT AU GOUVERNEMENT
en conformité de la nouvelle loi des
Assurances de Québec, à Edouard VII
Chap. 69.

Bureau principal:
15 rue Girouard S.-Hyacinthe.

ASSURANCES

Cautionnements
Judiciaires
Garantie de Contrats
Fidélité des Employés

Vie, Accidents, Maladies
Vol, Bris de Glaces
Attelages
Responsabilité
de Patrons et Publique
Pharmaciens, Automobiles

LA PREVOYANCE

160 rue S.-Jacques, Montréal

TEL. MAIN 1626

J.-G. GAGNE, gérant général

l'Assurance Mont-Royal

Compagnie Indépendante (Incendie)

BUREAUX: EDIFICE LEWIS

17 rue S.-Jean, Montréal

l'hon. H. B. Rainville, Président
E. Clément, Jr., gérant général

ESINHART & EVANS

Courtiers d'Assurance

— BUREAU —

EDIFICE LAKE OF THE WOODS

39 rue S.-Sacramento

Téléphone Main 553 MONTREAL



Bureau Principal

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

DIRECTEURS:

J.-Gardner Thompson, Président
et directeur gérant; Lewis
Laing, Vice-Président et
Secrétaire; M. Chevalier; A.-
A. G. Dent, John Emo, Sir
Alexandre Lacoste, Wm. Mol-
son Macpherson, J. C. Rim-
mer, Sir Frederic Williams-
Taylor, L.L.D., J. D. Simpson,
Sous-Secrét.

Benoît & De Grosbois

Auditeurs

Comptables et Liquidateurs

CHAMBRE 5

No 3 rue Notre-Dame Est, MONTREAL.

Téléphone Main 2617

ASSURANCES

CANADIAN FILM EXCHANGE LIMITED.

AVIS est donné au public qu'en vertu de la première partie du chapitre 79 des Statuts révisés du Canada, 1906, désigné "Loi des compagnies", il a été délivré sous le sceau du Secrétaire d'Etat du Canada, des lettres patentes en date du 22e jour de décembre 1916, constituant en corporation Charles Isaac Giroux, courtier d'immeubles, Gaspard Ernest Couillard, Joseph Omer Bonnier et Félix Roméo Paquet, comptables, et Albert Homer Beaulne, gérant, tous de la cité de Montréal dans la province de Québec, pour les fins suivantes:

(a) Faire généralement les affaires d'un bureau d'échange de films, acheter, posséder, vendre, louer, faire ou autrement disposer de tout cinématographe, film, marque de fabrique, brevets, droits d'auteur ou autres marchandises; trafiquer des matériaux et marchandises de tous genres, propriétés mobilières et immobilières, les échanger, bâtir ou améliorer;

(b) Exercer aucune autre industrie qui semblera à la compagnie capable d'être convenablement exercée en rapport avec ses affaires ou de nature, directement ou indirectement, à augmenter la valeur ou à rendre profitables aucun des droits ou biens de la compagnie;

(c) Acquérir ou prendre la totalité ou aucune partie des affaires, propriétés et passif d'aucune personne ou compagnie exerçant une industrie que cette compagnie est autorisée d'exercer, ou possédant aucune propriété convenant aux objets de cette compagnie et les payer en actions libérées du capital-actions de la compagnie;

(d) Prendre ou autrement acquérir et détenir et disposer des actions d'aucune autre compagnie ayant des objets en tout ou en partie similaires à ceux de la compagnie ou exerçant une industrie pouvant être, directement ou indirectement, conduite avantageusement pour cette compagnie;

(e) Vendre, louer ou autrement disposer de tout ou partie des droits, franchises et de l'entreprise de la compagnie pour telle compensation que la

compagnie jugera convenable, et en particulier pour des actions, débentures, obligations et autres valeurs d'aucune autre compagnie ayant en tout ou en partie des objets semblables à ceux de cette compagnie;

(f) Se consolider ou s'amalgamer avec aucune autre compagnie ayant en tout ou en partie des objets semblables à ceux de cette compagnie, et conclure des arrangements au sujet du partage des profits, la fusion des intérêts, la coopération, les risques communs, les concessions réciproques ou autrement avec toute personne, maison ou compagnie exerçant ou engagée ou se proposant d'exercer ou de s'engager dans une entreprise ou transaction capable d'être conduite de façon à profiter directement ou indirectement à cette compagnie et prendre ou autrement acquérir des actions ou valeurs de telle ou telle compagnie, et les engager, vendre, émettre et réémettre avec ou sans garantie du principal et des intérêts ou autrement en disposer;

(g) Acheter, louer ou autrement acquérir, détenir, posséder toute ou partie de la propriété, franchises, achalandage, droits et privilèges détenus ou possédés par toute personne, maison, compagnie ou compagnies exerçant ou formées pour exercer une industrie semblable à celle que cette compagnie est autorisée d'exercer, les payer totalement ou partiellement en actions libérées de la compagnie ou autrement, assumer les engagements d'aucune telle personne, maison ou corporation;

(h) Tirer, faire, accepter, endosser exécuter et émettre des billets promissoires, lettres de change, connaissances, mandats et autres instruments négociables ou transférables;

(i) Prêter des fonds aux clients et autres ayant des relations avec la compagnie et garantir l'exécution des contrats par toutes telles personnes;

(j) Rémunérer, avec approbation des actionnaires, en espèces, actions, obligations ou autrement toute personne, corporation ou corporations pour services rendus ou à rendre en plaçant ou aidant à placer, ou garantissant le placement d'aucunes actions du capital-stock de la compagnie ou

aucunes débentures ou autres valeurs de la compagnie ou dans la conduite des affaires ou l'organisation de la compagnie;

(k) Faire toute ou aucune des choses ci-dessus comme principaux, agents ou fondés de pouvoirs;

La compagnie exercera son industrie par tout le Canada et ailleurs, sous le nom de "Canadian Film Exchange, Limited", avec un capital actions de cinquante mille dollars, divisé en 1,000 actions de cinquante dollars chacune, et le principal lieu d'affaires de ladite compagnie sera en la cité de Montréal, dans la province de Québec.

Daté du bureau du Secrétaire d'Etat du Canada, ce 26e jour de décembre 1916.

THOMAS MULVEY,
Sous-secrétaire d'Etat.

2—4

LA BANQUE D'ÉPARGNE DE LA CITE ET DU DISTRICT DE MONTREAL

L'assemblée générale annuelle des actionnaires de cette banque aura lieu à son bureau principal, rue Saint-Jacques, lundi, le 12 février prochain, à midi, pour la réception des rapports et états annuels et l'élection des directeurs.

Par ordre du bureau de direction.

A.-P. LESPERANCE,

Montréal, le 8 janvier 1917.

3—4f.

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

MACHINERIE DE CORDONNERIE

Pour tous Travaux depuis la mise
en Forme jusqu'au Finissage

TRADE



MARK

Systèmes Goodyear
pour Cousu-Trépointe et
Cousu - Chaussou

Machines "Consolidated"
à monter d'après la
Méthode Manuelle

Presses
à découper les Tiges
Modèles C.

Machines Rapides
"Standard"
A visser les semelles

Machines Davey à
cheviller bois
avec bigorne

Machines à Enfoncer les clous protège-talon --- Machines
à Estamper, à Charger, à Poser, à Fraiser, à Gouger, à Verrer
et à Finir les Talons --- Machines à clouer "Loose Nailer" et
Machines à Bonbouter --- Machines à Cimiter, à Poncer et
à Parer --- Machines à Entoiler les Premières, "Série Gem" ---
Machines à Poser les Oeillets --- Oeillets, Cambrillons,
Brosses, etc. : : : :

United Shoe Machinery Co. of Canada, Limited

Montréal (P.Q.)

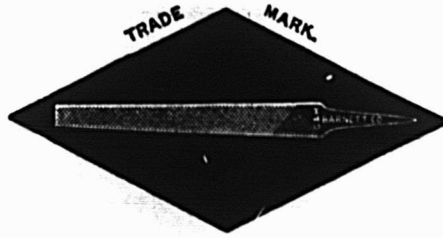
Kitchener (Ont.), 179 King Street W.

FABRIQUE DE LIMES BLACK DIAMOND

FONDEE EN 1863

Douze Médailles de
Récompense aux
Expositions

INTERNATIONALES



INCORPOREE EN 1895

Grand Prix Spécial
MEDAILLE D'OR
Atlanta, 1895.

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

G. & H. BARNETT COMPANY, - - - Philadelphie (Pe.)

Propriété exploitée par la Nicholson File Co.

FERRONNERIE--Marché de Montréal

PLÔMBERIE

Tuyaux de Plomb

Les prix sont de \$14.00 net pour tuyaux en plomb et de \$15.00 net pour tuyaux de plomb composition (100 liv.)

TUYAUX DE RENVOI

Tuyaux légers, 4 p. diamètre, 23 f. net.

Escompte sur les prix de la liste pour tuyaux moyens et extra-forts, 50-10-5%. Accessoires légers, moyens et extra-forts, 60-5%.

Tuyaux en fer noir

Prix augmentés.

¼	100 pieds	3.54
½	_____	3.54
¾	_____	4.59
1	_____	5.64
1 ¼	_____	8.33
1 ½	_____	11.27
1 ¾	_____	13.48
2	_____	18.13
2 ½	_____	28.67
3	_____	37.49
3 ½	_____	46.92
4	_____	55.59

Tuyaux en fer galvanisé

Prix augmentés.

¼	100 pieds	5.67
½	_____	5.67
¾	_____	6.16
1	_____	7.76
1 ¼	_____	11.48
1 ½	_____	15.53
1 ¾	_____	18.56
2	_____	24.98
2 ½	_____	39.49
3	_____	51.64
3 ½	_____	63.94
4	_____	75.76

Tuyaux en acier

2	pouces.....100 pieds	9.60
2 ½	_____	12.25
3	_____	13.30
3 ½	pouces.....	15.55
4	pouces.....	19.80

QUINCAILLERIE

Boulons et noix

Boulons à voitures (\$2.00).	
3-16, ¼, 5-16, ¾	25%
7-15, ½, ¾	10%
à machine, ¾ pouce et au-dessus, 25 p.c.	
à machine, 7-16 pouce et au-dessus, 15 p.c.	

_____	à lisse, ¾ et plus petits, 15 p.c.
_____	à lisse, 7-16 et plus gros, 10 p.c.
_____	à bandage, 40 p.c.

Noix par boîtes de 100 lbs.

Noix carrées, \$1.00 de la liste.

Boulons à charrue, 15 p.c.

Broche Barbelée

La broche barbelée est cotée à \$5.50 les 100 livres à Montréal.

Crampes à clôtures

Fer poli	4.85
galvanisé	5.70

BROCHE GALVANISEE

Unie No. 9	5.50
—No. 12	7 65
Coil Spring 9	5.55
_____ 12	5.70
Fil ondulé tordu	6.10

FIL EN BROCHE

No. 12, les 100 liv.	5.20
_____ 13,	5.30
_____ 14,	5.40
_____ 15,	5.55
_____ 16,	5.70
Brûlé, p. tuyaux, 100 liv. No. 18	6.20
_____ 19	6.70

Extra pour broche huilée, 10c p. 100 lbs.

Clôture à Peulallier

25 pour cent d'escompte.

Plaques d'acier

¾ pouce	100 livres	2.45
3-16	_____	2.70

Zinc en feuilles

Nous cotons: \$29.30 les 100 livres.

Coudes pour tuyaux

Nous cotons à la doz.: coudes ronds ordinaires 75 feuilles, \$1.84; 60 feuilles, \$2.02.

Broche moustiquaire

Nous cotons: broche noire, 100 pieds carrés, en rouleaux de 100 pds de longueur	
_____	3.00
_____ 50	3.05

Broquettes

Pour boîtes à fraises	70 et 100
fromage	_____
A valises	_____
A tapis, bleues	_____
étamées	_____
en barils	0.00

Coupées bleues, en doz. . . . 70 et 10 ¼ pesanteur, 12.65 doz., moins . . . et ½ pesanteur . . .

Sweeden, coupées bleues et ornées, en doz., 75 p.c.

Broquettes à chaussures Par doz.

1 ½ once ou moins, 100 doz.	29.00
2 ½	38.00
3	46.00
3 ½	48.00
4	52.00
5	61.00
6	71.00
8	95.00
10	118.00

Clous de broche

Nous cotons: \$4.75 prix de base f.o. b., Montréal.

Chaînes en fer

Très ferme.

On cote par 100 lbs.:

3-16 exact 5	9.90
¼ exact 1	7.80
5-16	6.60
5-16 B ½	6.00

Clous coupés

Nous cotons, prix de base, \$4.25 f.o. b., Montréal.

Fer en barre

Hausse générale.

Fer marchand	base 100 liv.	3.40
Fer forgé	base 100 liv.	3.60
fin	base 100 liv.	3.75
pour fers à cheval	base 100 liv.	3.65
Feuillard mince 1 ½ à 2 pcs.	base 4.45	
Feuillard épais, No 10	base 3.70	

Acier en barre

Nous cotons, net 30 jours:

Acier doux, base 100 liv.	0.00	4.35
à rivets, base 100 liv.	0.00	4.30
à lisse, base 100 liv.	0.00	4.45
à bandage, base 100 liv.	0.00	4.55
à machine, base 100 liv., fini fer	0.00	4.60
à pince, base 100 liv.	0.00	5.40
à ressorts, base 100 liv.	0.00	6.40

Cuivre en feuille

Le cuivre en feuilles est coté à 47c la livre.

Cuivre rouge en feuille

La livre, base 51c.

Câbles et Cordages

Best Manilla	base lb.	0.25 ½
British	_____	0.21

LA CONSTRUCTION

Ecole projetée, \$10,000, Westmount (P.Q.). Prop., Commission scolaire de Notre-Dame de Grâce; secrétaire-trésorier, M. James Black, boîte postale 243, Montréal.

Ecole projetée, \$16,500, Lachine (P.Q.). Prop., Commission scolaire; secrétaire-trésorier, M. H. Robert, 47, 16e avenue.

Ecole projetée, \$3,000, Causapsal, (P.Q.). Prop., Commission scolaire. Secrétaire-trésorier, M. H. Lemarie.

Ecole projetée, \$7,000, Windsor, comté de Richmond. Prop., Commission scolaire; secrétaire-trésorier, M. Nap. Rousseau, Windsor.

Ecole projetée, \$10,000, Westmount (P.Q.). Prop., Commission scolaire de Notre-Dame de Grâce; secrétaire-trésorier, M. James Black, boîte postale 243, Montréal.

Ecole projetée, \$16,500, Lachine, (P.Q.). Prop., Commission scolaire; secrétaire-trésorier, M. H. Robert, 47 16e avenue.

Maison et garage, \$15,000, Windsor Mills (P.Q.). Prop., F.-J. Campbell, arch., McVicar & Hériot, 104 avenue Union, Montréal.

Maison, \$14,000, parc Lafontaine, Montréal. Architecte, M. J.-E. Prairie, 502 rue Sainte-Catherine Est.

Maison projetée, \$3,000, Sutton (P.Q.). Prop., M. J.-T. Ralston. Les travaux commenceront probablement au printemps.

Eglise et presbytère, \$200,000, Montréal. Prop., Congrégation du Très Saint Rédempteur. Curé, R.P. J.-N. Geoffrion, 1860 rue Notre-Dame Est.

Ecole, Trois-Rivières, quartier Sainte-Cécile. Prop., Commission scolaire catholique romaine; entrepreneur, Nap. Guillemette, 77 rue Bonaventure.

La commission doit acheter des tableaux noirs et des sièges pour 400 élèves.

Académie, \$150,000, rues Saint-Pierre et DesCamps Trois-Rivières (P.Q.) Prop., Commission scolaire.

La Commission doit acheter des tableaux noirs et des sièges pour 600 élèves.

Eglise, \$41,350, Saint-Damase, comté de Matane. Prop., la paroisse; curé, M. J.-E. Lepage; arch., M. P. Lévesque, 115 rue Saint-Jean, Québec; entr.,

Labbé et Roberge, Sainte-Marie (Beauce).

Les travaux commenceront au printemps.

Ecole, \$60,000, quartier Saint-Philippe, Trois-Rivières. Prop., Commission scolaire; entr., Nohert, Dupré et Arsenal Ltd, rue Saint-Maurice.

Maison, \$2,500, 302 rue Hamilton, Montréal. Prop. et entr., M. Alfred Lemaire, 232 rue Hamilton.

Ecole projetée, \$12,000, Village de Beloeil (P.Q.). Prop., Commission scolaire.

Ecole projetée, \$3,000, Village de Chambly (P.Q.). Prop., Commission scolaire.

Ecole projetée, \$2,000, Tadoussac (P.Q.). Prop., Commission scolaire de l'Exaltation de la Sainte-Croix (Saguenay).

Le marchand-détaillant devrait consulter fréquemment les adresses des hommes d'affaires et professionnels qui mettent leur science et leurs talents à sa disposition et y faire appel dès que sa situation devient difficile. Un bon conseil est souvent d'une grande utilité dans le commerce.

LES OUTILS DE BUCHERON DE PINK

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

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

TELEPH. LONGUE DISTANCE, No. 87

Demandez notre catalogue et notre liste de prix.

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

The
THOS. PINK Co., Limited

Manufacturiers d'OUTILS de BUCHERON

PEMBROOKE - (ONTARIO)



FABRIQUES AU CANADA

F

Quand vous commandez des articles émaillés exigez ceux de la

Fabrique PORT HOPE

Débutez bien cette année en commandant vos articles hygiéniques par la lettre "F",

Notre salle d'échantillons est ouverte pour votre commodité et pour vous tenir au courant de ce qu'il y a de plus nouveau en fait d'articles hygiéniques en fonte émaillée.

Pour obtenir la qualité et le modèle, spécifiez les

Articles Emaillés Port Hope



PORT HOPE SANITARY MANUFACTURING Co.

SALLES D'ÉCHANTILLONS

LIMITED

TORONTO

MONTREAL

WINNIPEG

VANCOUVER

Bureau principal: Edifice Royal Bank, Toronto.

Manufactures: Port Hope (Ontario).

Bureaux et Salles d'Echantillons: 234, Côte du Beaver Hall, Montréal

La peinture que vous vendez est-elle une réclame pour votre magasin?

Tout ouvrage de peinture constitue une sorte d'annonce pour le fabricant de la peinture et le marchand qui a vendu celle-ci.

Que cet ouvrage fasse faire ou empêche de faire une autre vente, cela dépend de la peinture. Quand l'on considère à ce point de vue la vente de la peinture on comprend la nécessité réelle d'accorder sa confiance à la

Peinture Anglaise B-H

parce qu'elle est appuyée par un long et bon "record" qui est une garantie absolue de ce qu'elle sera dans l'avenir.

Le marchand qui a une agence B-H n'a jamais besoin de craindre de citer aux personnes qui se proposent d'acheter des travaux pour l'exécution, desquels la peinture B-H a été employée. Ils sont, en effet, sa meilleure réclame.

Nous entrerions avec plaisir en relations avec un marchand progressif dans chaque endroit où ne nous sommes pas encore représentés.

BRANDRAM-HENDERSON

Montreal

Halifax

St. John

Toronto

Winnipeg

Sisal	0.20
Lathyrin simple	0.18
Jute	0.17
Coton	0.38
Corde à châsis	0.46

Charnières (couplets,) No 840

Ferme, à la hausse.

Escompte de 25c.

1 1/2 pouce	0.67
1 3/4	0.75
2	0.81
2 1/4	0.92
2 1/2	1.07
3	1.30

Nos 800 et 838

Escompte de 20 et 5 pour cent.

1 pouce	0.32
1 1/4	0.37
1 1/2 pouce	0.48
1 3/4	0.59
2	0.67
2 1/4	0.76
2 1/2	0.81
2 3/4	0.95
3	1.07
3 1/2	1.49
4 pouces	2.12

No 804

Escompte de 30 et 5 pour cent.

Fiches en Fer

1/2	3.90
7-16	3.80
1/2	3.70
9-16	3.60
3/4	3.40
1	3.30
1 1/2	3.30

Vis à bois

Tête plate, acier	75%
-------------------------	-----

— ronde, —	70%
— plate, cuivre	42 1/2%
— ronde, —	40 %
— plate, bronze	35 %
— ronde, —	32 1/2%

LANTERNES

Wright No. 3	doz. 8.50
Ordinaires	doz. 7.75
Dashboard C. B.	doz. 12.00
No. 2	doz. 8.50

Peintes 50c extra par doz.

Terdeuses

Nous cotons net:

Royal Canadian	doz. 42.40
Colonial	doz. 46.90
Safety	doz. 48.75
E. Z. E.	doz. 45.90
Rapid	doz. 41.40
Bicycle	doz. 51.65

Plomb en lingots

Stationnaire: \$10.

Zinc en lingots

Marché très fort avec une demande continue de l'Europe.

Nous cotons: \$16.25 les 100 livres.

ETAIN PUR

La livre	0.53
----------------	------

CUIVRE NATUREL EN LINGOT

La livre	0.38
----------------	------

CAUSTIQUE

En barils de 100 lbs.	2.50
----------------------------	------

HUILES, PEINTURES ET

VITRERIE

Huile de lin

Nous cotons au gallon, par baril, pris nets: huile bouillie, \$1.16; huile crue \$1.15.

Essence de thérébenthine

Ferme.

Nous cotons 85c le gallon par quantité de 5 gallons et 78c le gallon par baril.

Blanc de plomb

Blanc de plom pur 100 liv. ...	\$14.60
No. 1	\$14.10

Goudron

Goudron liquide, brl.....	0.00	4.50
pur, 100 liv. ...	0.00	0.65

Peintures préparées

Gallon	1.95
Demi-gallon	2.00
Quart de gallon	2.05
En boîtes de 1 liv.	0.12

Depuis le 1er octobre les conditions des fabricants de peinture sont 2 pour cent d'escompte à 15 jours ou net à 60 jours.

Verres à Vitres

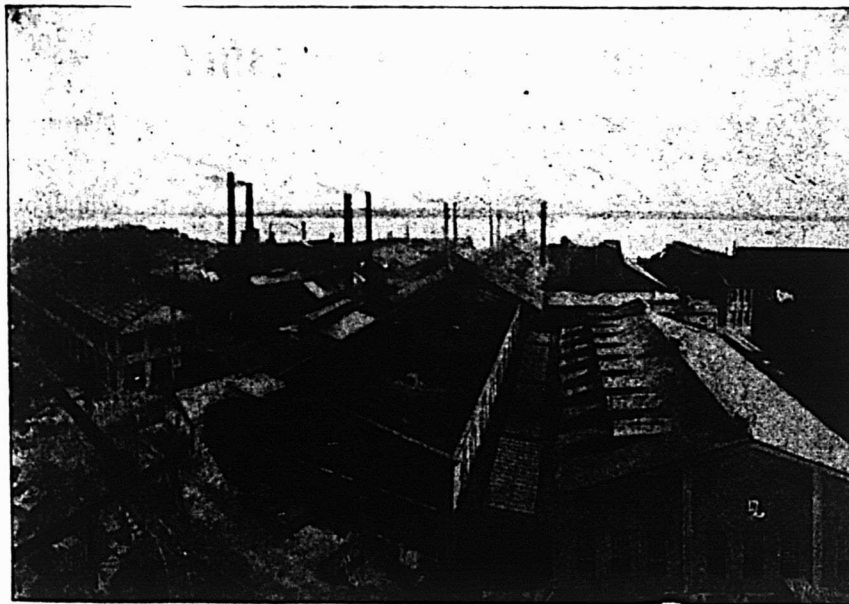
	Star	Double
Pouces, unis	ou 16 oz.	ou 24 oz.
100 pieds.		
au-dessous de 26.....	7.80	11.90
26 à 34.....	0.00	8.15
35 à 40.....	8.50	12.00
41 à 50.....	11.75	15.50
51 à 60.....	12.25	15.85
61 à 70.....	12.15	16.80
71 à 80.....	14.75	17.35
71 à 84.....		22.75
85 à 90.....		24.35
91 à 94.....		25.00
95 à 100.....		29.00

Escompte de 10 pour cent.

VERT DE PARIS BERGER

Barils à pétrole, la liv.....
à arsénic.....

La grande fabrique de scies, en acier, de Henry Disston & Sons — la plus vaste du monde.



Cette imposante fabrique, plus grande que n'importe quelles deux autres réunies, ne comprend qu'environ le quart de l'établissement entier de Disston.

HENRY DISSTON & SONS, Limited. 2-20 Avenue Fraser, Toronto.

Tôles Galvanisées



"Queen's Head"

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

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 Tap-
pisser. Produits du Goudron. Papier à Tapisser et à
Imprimer. Papier d'Emballage Brun et Manille.

Fabricants du Feutre Goudronné

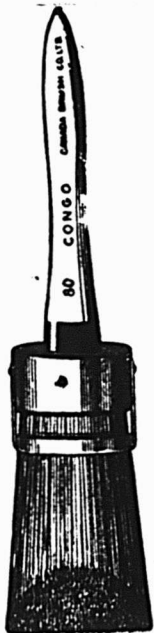
"BLACK DIAMOND"

ALEX. McARTHUR & CO., Limited

82 RUE MCGIL MONTREAL

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

Le seul pinceau à compression droite....Manufacturé au Canada.



Tout pinceau fabriqué
d'après cette patente
est garanti sous tous
les rapports.

Nous les recomman-
dons comme pinceaux
parfaits pour travaux
de première classe.

Canada Brush Co., Limited

—AGENTS—

H. R. St. Michel & Co., 19 rue St-Gabriel, Montréal
Bureau Principal et Usines, Saint-Jean (N.B.)

Le Surintendant a dit à l'agent acheteur :

"Fred, les limes "Famous Five"
sont tranchantes et résistantes
et font beaucoup de travail, et
si nous les mettons de côté dès
qu'elles ne sont plus satisfai-
santes—comme le fabricant le
conseille—nous obtiendrons les
meilleurs résultats. Une com-
pagnie qui fabrique et vend
60,000,000 de limes par année
doit savoir les faire le mieux
qu'il soit possible."

Ceci est un bon avis pour l'a-
cheteur et le détaillant. Spéci-
fiez donc les "Famous Five"
la prochaine fois que vous
donnerez une commande.

Ce sont :

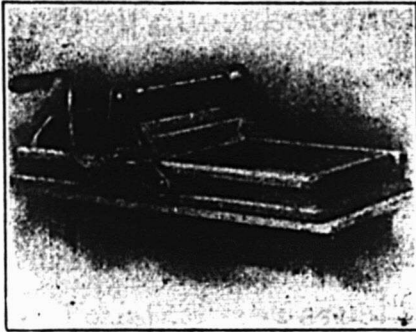


Le Malaxeur à beurre "British"

— DE —

MAXWELL

est sur le marché depuis des années et à été adopté par les meilleures laiteries d'Angleterre et du Canada.



Résultats: meilleur beurre et plus gros profits.

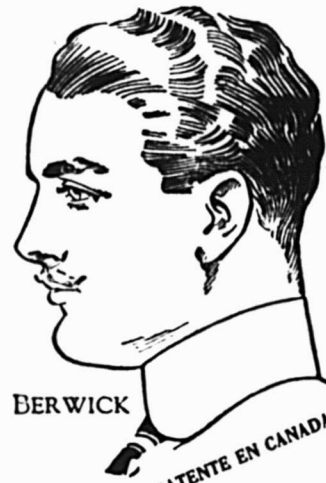
Rend le beurre ferme, égal et consistant dans tout son ensemble. En trois grandeurs: 14", 17" et 20" de large.

Ecrivez pour avoir un catalogue illustré.

MAXWELLS LIMITED

ST. MARY'S, - - - ONTARIO

FAITS en CANADA



Les Faux-Cols ARROW ajustables (Brevetés)

sont coupés de façon à s'adapter parfaitement au cou et aux épaules.

CLUETT, PEABODY & CO., INC. FABRICANTS
MONTREAL

— en fer de 50 et 100 liv.
— de 25 liv.
Sacs en papier, 1 liv.
Boîtes en ferblanc, 1 liv.
Sacs en papier, 1/2 liv.
Pas de demande.
Clous à cheval.
Nous cotons par boîte: No. 7, \$3.15;
No. 8, \$3.00; No. 9, \$2.85; No. 10, \$2.75;
avec escompte de 10 p.c.
Fers à cheval
Crampons No 1 et No 4.
5-16 3.00
1/2 2.20
7-16 2.40
1/2 2.60
9-16 2.80
1/2 3.00
Clefs 0.55
Fers à cheval en fer, les 100 liv. 11.00
acier 15.00
Fer à neige, le qrt. 4.90 4.65
New Light Pattern, le qrt. 5.10 4.85
Fer "Toe Weight" No 1 à 4 7.25
Featherweight No 0 à 4 6.25
Fers assortis de plus d'une grandeur
au baril, 10c. à 25c. extra par baril.
Soudure
Nous cotons: barre demi et demi
30c; garanti, 27 1/2c; "Wiping", 28c;
métal pour plombiers.
Papier à Construction
Papier jaune léger, le rouleau . 0.60
goudronné 0.70
jaune pesant, les 100 liv. 2.65
goudronné 2.65
à tapis 4.00
à toiture goudronné 2.75
MET/UX
Antimoine
Le marché est à la hausse 0.19 0.19 1/2

Fer en Gueuse
Plomb, 15 lb.
Clarence No 3 25.00
Ferblanc Charcoal
Nous cotons: I.C. 20 x 28, base la
boîte, 56f. \$8.00.
Au Coke—Lydbrook ou égal
I C. 14 x 20, base bte 9.25
Au charbon — Terre — Dean ou égal
I C. 20 x 28, bte 15.50 16.50
(Caisse de 112 feuilles net).
Ferblanc étamé
(caisses de 560 liv.)
28 gauge 30 x 72 16.00
26 — 30 x 72 15.00
24 — 30 x 72 14.00
Moins d'une caisse, 0.50 de plus par
100 livres.
Tôles galvanisées "Canada"
Nous cotons: 52 feuilles, 0.00; 60
feuilles, \$9.50.
Tôles Noires
Feuilles:
Epaisseur 22 à 24 5.60
26 5.65
28 5.75
Tôles Noires "Canada"
60 Feuilles 7.00
75 Feuilles 7.25
Très rares.
Tôles Noires Polies .
60 feuilles (très rares) 0.00
TOLES GALVANISEES
A la caisse:
Queens Fleur Gorbai
Head Lis
16-20 8.30 8.00 8.00
22-24 8.50 8.20 7.80
26 8.75 8.50 8.00

28 9.00 8.75 8.40
Moins 25c. par caisse.
Apollo
10% z — 28 Anglais 8.85
28 G — 26 8.40
24 — 7.80
22 — 7.80
16 à 20 G 7.40 7.60
En paquets d'environ 150 liv. 0.10 de
plus par 100 livres.
VERNIS FRANÇAIS
A polir, le gallon:
1-16, \$6; 1/2, \$5; 1/4, \$4.50; 1/8, \$4.25;
1, \$4.
A finir les trains fin:
1-16, \$7; 1/2, \$6; 1/4, \$5.50; 1/8, \$5.25;
1, \$5.
Superfin à caisses:
\$8, \$7, \$6.50, \$6.25, \$6.
Mixture à dorer, clarifiée:
\$6.75, \$5.75, \$5.25, \$5, \$4.75.
Extérieur fin:
1/2, \$5.50; 1/4, \$5.25; 1, \$5.
Marbre blanc:
1/2, \$6.50; 1/4, \$6.25; 1, \$6.
Olio vernis:
1/2, \$3.00; 1/4, \$2.75; 1, \$2.50.
Blanc mat:
1/2, \$6.50; 1/4, \$6.25; 1, \$6.00.
Noir pour cuir:
1/2, \$7.50; 1/4, \$7.25; 1, \$7.00.
Siccatif col d'or:
1/2, \$6.50; 1/4, \$6.25; 1, \$6.00.
BOIS DE CONSTRUCTION
Bois blanc, blanchi, %
pce — 1,000 pds. 25.00 50.00
Epinette marchande préparée . 27.00
Pruche; 1 à 8 pcs, qualité mar-
chande 15.00 18.00
No 2, — 3.50 4.00



Avant l'Inventaire



du 1er Fevrier

Dernière offre de marchandises à des concessions de prix importantes.

SAUMONS

Le marché est ferme et les stocks visibles sont peu considérables. Le poisson salé est rare et le surcroît de demande qui précède l'approche du Carême produira très probablement une augmentation des prix. Profitez de l'occasion présente pour acheter les meilleures valeurs au plus bas prix.

SOCKEYE ROUGE MARQUE "VICTORIA"

En caisse de 48-ls Haute et 96-ls Basse.

L'égal des meilleurs saumons sans égard aux prix.

Nous avons aussi un grand assortiment des meilleures marques de saumons Cohoes Rouges, de saumons roses et de saumons blancs en boîte d'une livre haute et d'une demi-livre basse.

THES

RECOLTE DE 1916.

Si vous voulez augmenter vos ventes de thés Japans et vous créer une clientèle permanente, vendez le thé Japon marque "Victoria". Son goût est délicieux et sa liqueur est d'une belle couleur ambrée, parce que seules les jeunes feuilles de la première récolte entrent dans sa préparation.

Un échantillon vous le prouvera

Notre stock comprend aussi une grande variété d'autres thés du Japon, de Chine noirs et verts, des Indes et de Ceylan.

Nous sollicitons une demande d'échantillons de ces marchandises parce que nous pouvons vous donner satisfaction par leur qualité et leurs prix modérés.

Voyez notre représentant,
ou écrivez-nous directement.



LAPORTE, MARTIN, LIMITEE

EPICIERS EN GROS



584 RUE SAINT-PAUL OUEST,

MONTREAL



La Ménagère Canadienne s'ambitionne

L'ambition de mieux "faire la pâte," d'apprêter un meilleur pain, un gâteau plus appétissant, une tarte plus délicate, exige chez la ménagère, l'achat plus fréquent de tous genres d'épicerie. Dans la célèbre Cuisinière FIVE ROSES nous exposons à l'avantage de votre clientèle, les directions infaillibles qui assurent le succès dans la cuisine canadienne-française. Les recettes éprouvées de plus de 2,000 ménagères poussent journellement des milliers de femmes à de nouveaux essais.

Songez que déjà plus de 30,000 cuisinières canadiennes ont demandé ce fameux recueil, et chaque jour nous recevons au-delà de 100 nouvelles demandes, chacune accompagnée de 20c en timbres. Le nombre de ces ménagères ambitieuses grandit toujours. Elles sauront augmenter les ventes du détailleur qui leur fournira une farine supérieure à l'épreuve de tout désappointement.

Soyez donc le premier à leur fournir la fine fleur FIVE ROSES, source inépuisable de profits constants de tous genres. Demandez-la à votre fournisseur, ou adressez-vous à la compagnie.

A tout détaillant
faisant mention du
PRIX COURANT

nous enverrons

FRANCO

une seule copie de
la célèbre

**CUISINIÈRE
FIVE ROSES**

LAKE OF THE WOOD MILLING CO., Limitée

"LAC DES BOIS"

Capacité Journalière 24,700 Sacs

MONTREAL

