

**PAGES
MANQUANTES**

PRIX COURANT

Comis H. de Clerval
 Comissal Général de
 France.
 Edifices Duluth,
 rue Notre-Dame N.

DE COMMERCE

"Sachez la surface et vous
 saurez tout."
 BREVETES ETUDES
 25 1097
 BREVETES ETUDES



Le Blanc de Plomb pur BB de Brandram.

qui, avec eux et les Canadiens, aujourd'hui, l'emportent encore de préséance à tout autre marque.

Il y a de nombreuses années nous avons obtenu le secret de cette formule des descendants du fameux Brandram, et il est intéressant de remarquer que même aujourd'hui, en 1921, le procédé de fabrication est identiquement le même que le procédé original du 18e siècle, qui est le noir et qui est le seul procédé breveté de fabrication de blanc de plomb qui peut s'enorgueillir d'un pedigree aussi ancien. Sa capacité de couverture et ses qualités de durée sont sans rivales dans le monde entier.

En dépit de toutes les inventions modernes, l'ancien plus beau et le plus pur est obtenu et c'est la base de blanc de plomb de notre fameux produit "anglais" BB et des autres marques similaires.



BRANDRAM-HENDERSON LIMITED
 MONTREAL HALIFAX ST. JOHN TORONTO WINNIPEG
 MEDICINE HAT CALGARY EDMONTON VANCOUVER

Une vitrine pour la femme

Une innovation récente qui a occasionné des affaires surprenantes dans une quincaillerie progressive, était une vitrine pour la femme.

Dans cette vitrine étaient exposés uniquement des articles employés par les femmes. Le centre de l'attraction était une grande affiche représentant une femme tenant dans une main une carte portant les mots "Prix spéciaux pour la semaine des femmes dans notre magasin" — Des flots de rubans étroits partaient de cette affiche et se terminaient par des petits noeuds attachés aux divers articles, tels que fer électrique, articles en verre coupé, pots et de casseroles de différentes dimensions.

On voyait en bonne place dans la vitrine une série de paquets de savon teinture Aladdin et une attrayante pancarte de vitrine Aladdin.

Les pancartes de vitrine et découpés Aladdin sont à votre disposition sur demande.

CHANNELL LIMITED
TORONTO

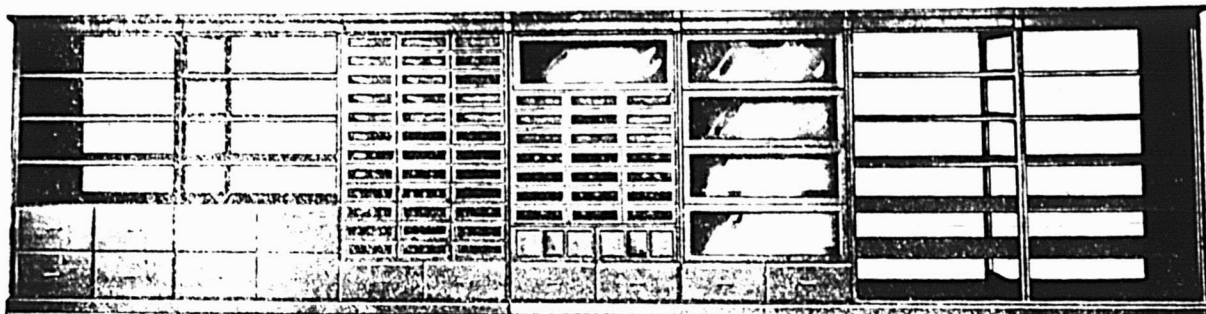
Aladdin
DYE SOAP



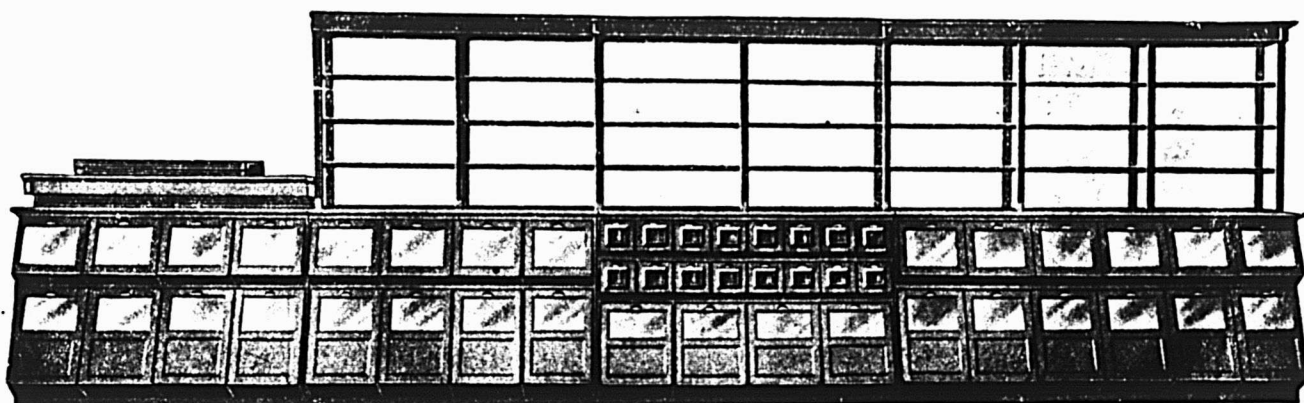
En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant", vous vous assurez un meilleur service.

Les agencements de magasins à prix modérés de WALKER

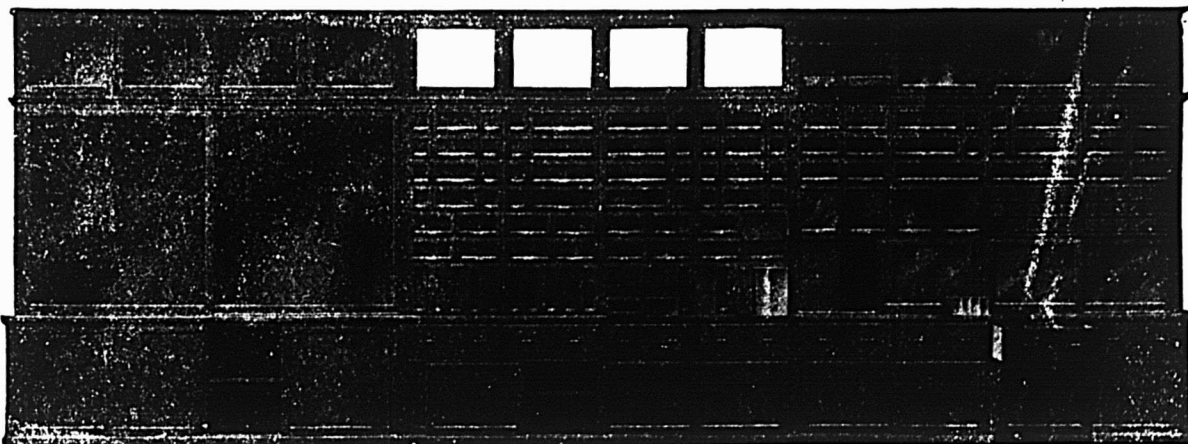
La vignette ci-dessous représente des sections pour nouveautés et fournitures pour hommes.



La vignette ci-dessous montre des sections à rayons Walker pour magasins d'épicerie et d'alimentation, magasins de graines et d'engrais. Comptoirs, tables, rayons ouverts, casiers à biscuits, casiers à fruits., faits pour assortir.



La vignette ci-dessous représente un casier pour quincaillerie avec tiroirs avec étalage en avant. Nous fabriquons aussi des comptoirs spéciaux, des rayonnages et des tables d'étalage.



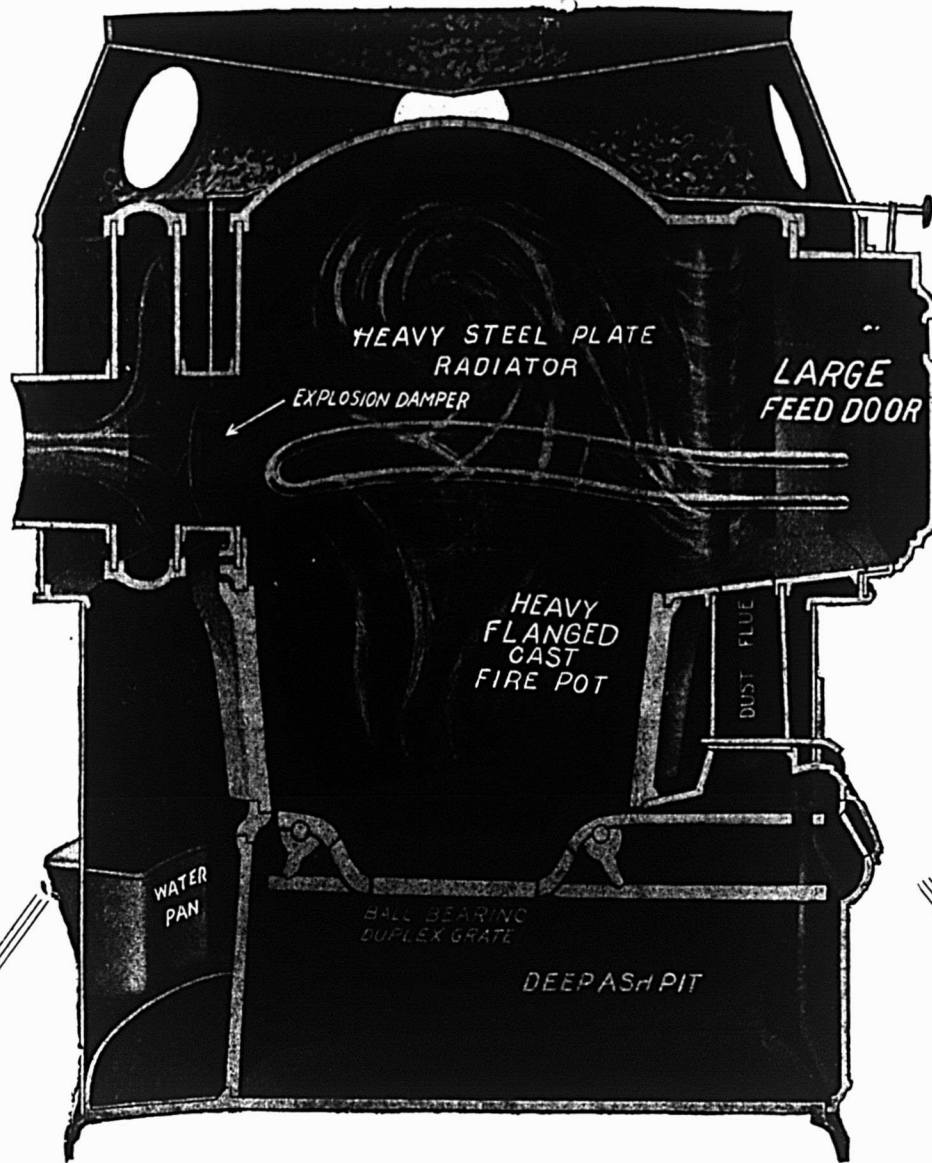
Lorsque vous construisez ou que vous modifiez, envoyez-nous le plan de votre magasin avec les mesures en indiquant les ouvertures, tuyaux, portes, etc., ainsi que vos idées sur l'emplacement et la grandeur des différents rayons. Nous ferons un plan à l'échelle et vous donnerons des cotations pour l'agencement de toute ligne de commerce, depuis l'épicerie jusqu'à la bijouterie.

The Walker Bin and Store Fixture Co., Limited
KITCHENER, CANADA

Représentant pour la province de Québec: C. E. RIOUX, 2197 Rue St-André, Montréal.

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

Pleinement
Garantie



Brûle du
Charbon ou
du Bois

LA FOURNAISE A AIR CHAUD NEW IDEA

Si cela vous intéresse de devenir l'agent dans votre ville pour une fournaise qui a l'appui absolu du fabricant et qui est largement connue et bien annoncée dans tout le pays, mettez-vous immédiatement en rapport avec nous au sujet de notre proposition d'agence pour la fournaise "New Idea" de réputation mondiale — C'est maintenant le moment d'agir, la saison de la construction est proche.

Nous sommes également les fabricants de la Fournaise sans tuyau "NEW IDEA".
La circulaire illustrée décrivant cette fournaise est adressée sur demande.

THE HAMILTON STOVE & HEATER CO., LIMITED
SUCESSEURS DE
GURNEY, TILDEN & CO., LIMITED, HAMILTON, ONT.
VANCOUVER. WINNIPEG. MONTREAL.

75 ans de succès dans la fabrication

Représentants à:

WINNIPEG:

134½ Higgins Avenue, Winnipeg, Man.

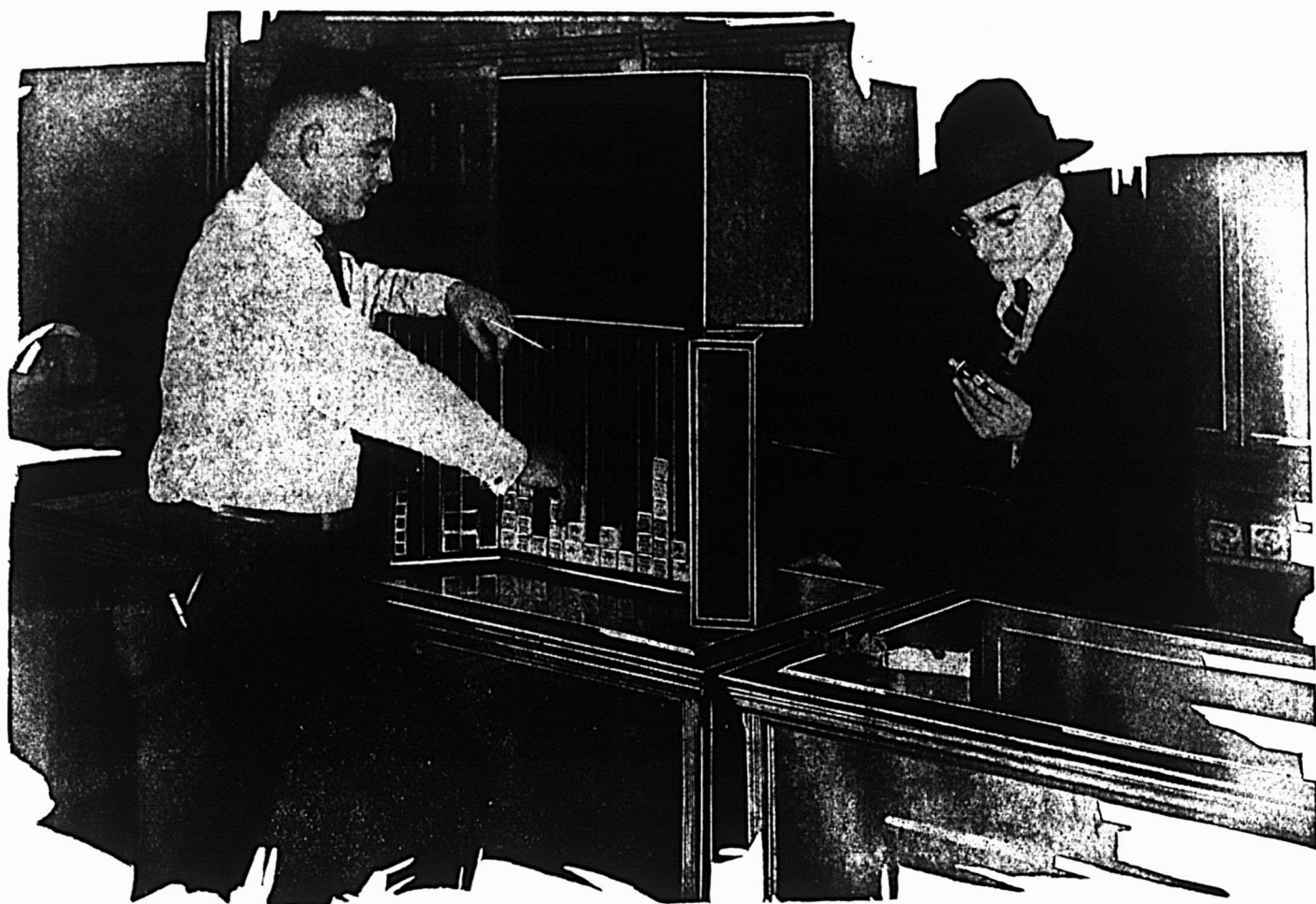
MONTREAL:

M. CHARLES NICOLL,
614 Rue Aylmer, Montréal.

VANCOUVER:

1073 Hamilton Street, Vancouver, C. B.

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



Une Innovation dans le Service des Bougies d'Allumage

Quand un automobiliste achète des Bougies d'Allumage Champion, il a droit à un service d'allumage parfait.

Chaque type d'engin demande un type différent de bougie d'allumage.

Le Coffret-Echantillons Champion (Champion Merchandiser) avec son stock complet de Champions, permet au marchand de recommander instantanément et avec précision, la Bougie d'Allumage Champion qui convient exactement à chaque moteur, et les clients sont toujours satisfaits.

Offre Gratuite aux Marchands:

Nous serons très heureux de vous expédier gratuitement un de ces superbes Coffrets-Echantillons avec une commande de n'importe quel assortiment de trois sortes de Bougies d'Allumage Champion. Pour plus de détails, adressez-vous à votre courtier ou directement à nous.

Nouveaux Prix Champion:

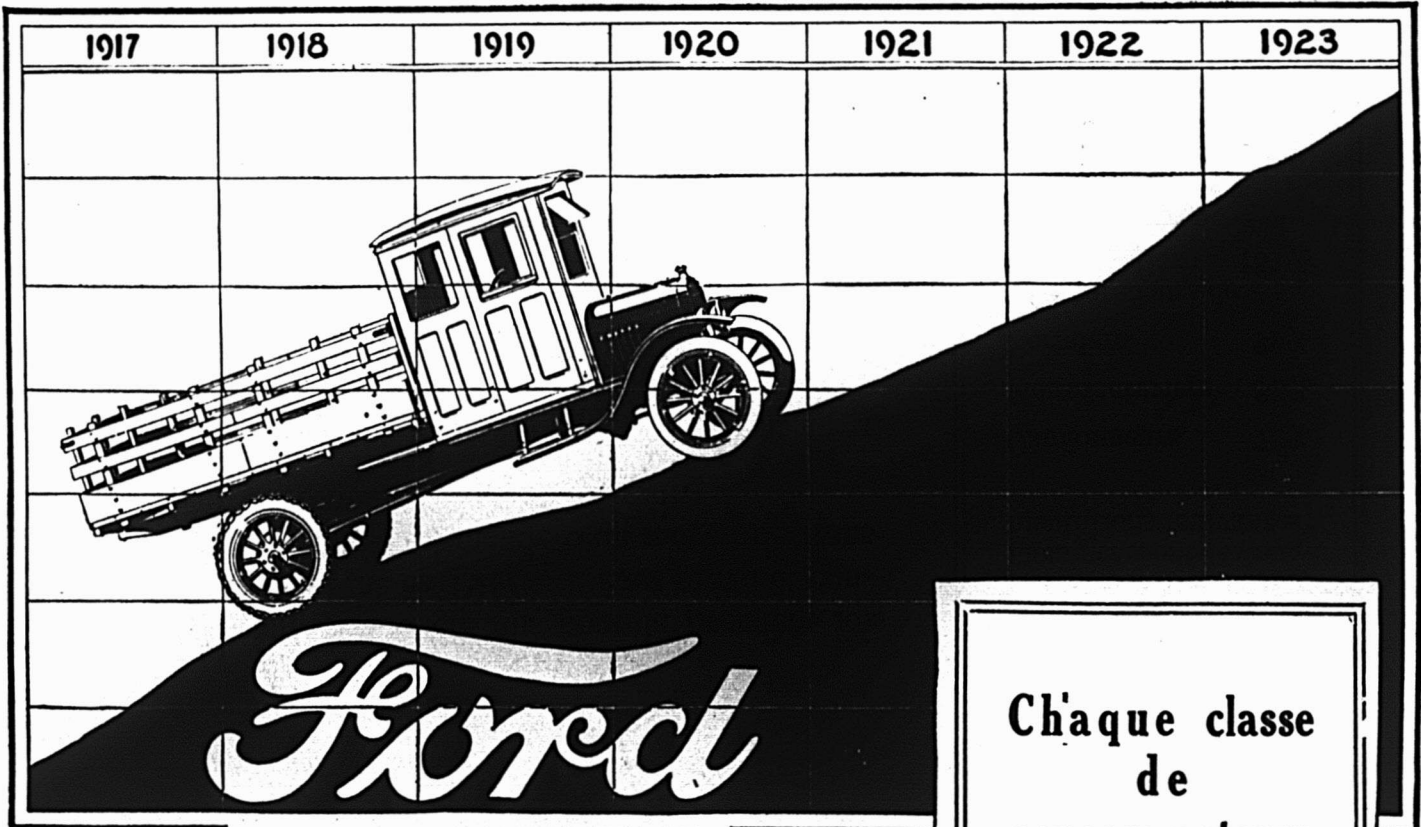
Les prix de toutes les Bougies d'Allumage Champion ont été réduits comme suit:

	Nouveaux prix.
Champion "X" (Ford)	85c
Champion, Regular Plugs (Bougies régulières)	95c
Champion Heavy Stone (Porcelaine épaisse)	\$1.10

Champion Spark Plug Co. of Canada, Limited
Windsor, Ontario

 **Champion**

Les Bougies de Confiance



CAMION

LE Camion Ford a été mis pour la première fois sur le marché en 1917. Il était prévu et construit pour satisfaire la demande d'un moyen de transport léger et économique, de prix réduit.

Nos statistiques montrent que chaque classe de consommateurs achète plus de camions Ford chaque année, l'augmentation du volume étant une conséquence directe de la satisfaction que les propriétaires ont eue avec le Camion Ford. L'augmentation de ses ventes prouve sa popularité.

Un nouvel engrenage à haute vitesse que l'on peut obtenir actuellement, augmente sa valeur pour les besoins d'une livraison rapide.

Prix \$ 750.00 F.O.B. Ford,
Châssis seul Ontario.

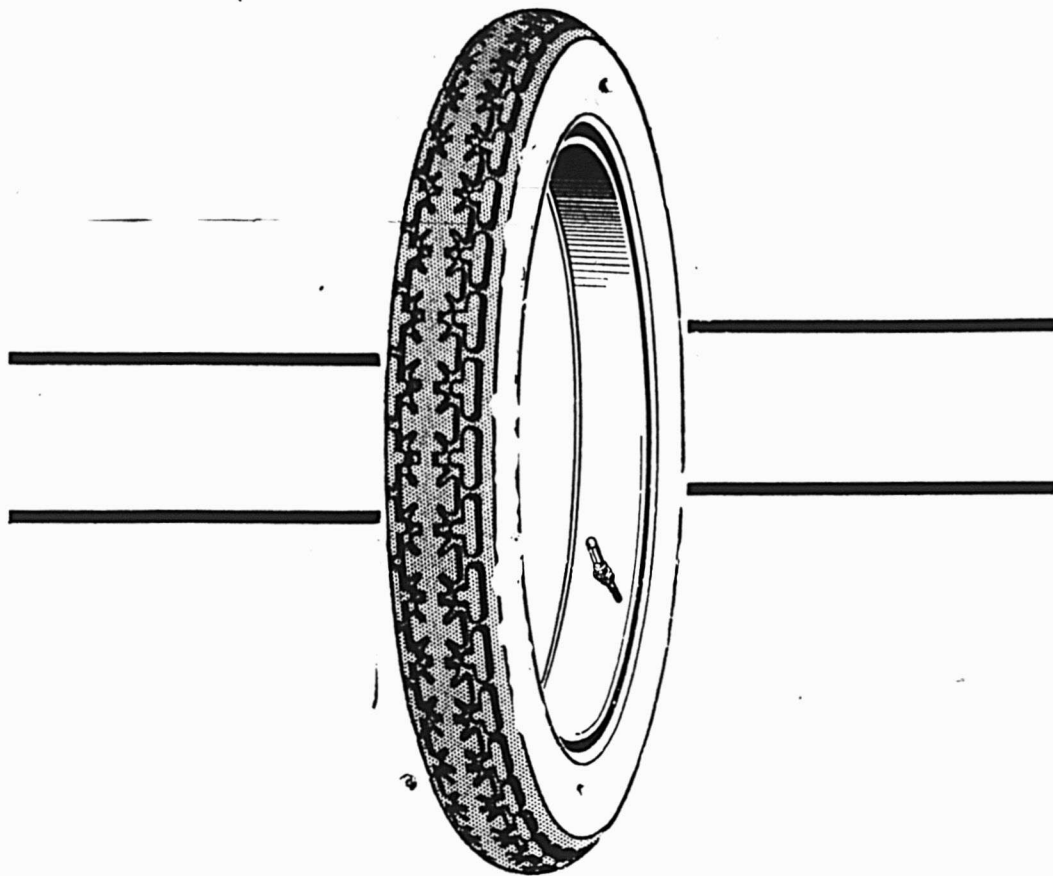
Démarrreur et éclairage électrique \$100 de supplément.

Chaque classe de consommateurs achète plus de camions Ford

Les ventes en douze mois accusent les augmentations suivantes:

Camionneurs	73%
Manufacturiers	82%
Fermiers	99%
Entrepreneurs de construction	151%
Marchands de meubles en détail	236%
Epiciers et produits alimentaires en gros	161%
Epiciers de détail et magasins généraux	203%

Ford Motor Company of Canada, Limited, Ford, Ontario



De meilleures affaires sont obtenues par le marchand de "Gutta Percha"

Lorsque les gens se détournent de leur chemin pour encourager le magasin d'un certain marchand, c'est parce que les marchandises que vend ce marchand donnent satisfaction. Lorsque les gens se détournent de leur chemin pour encourager un certain pneu, c'est parce que ce pneu a gagné leur confiance et leur recommandation enthousiaste.

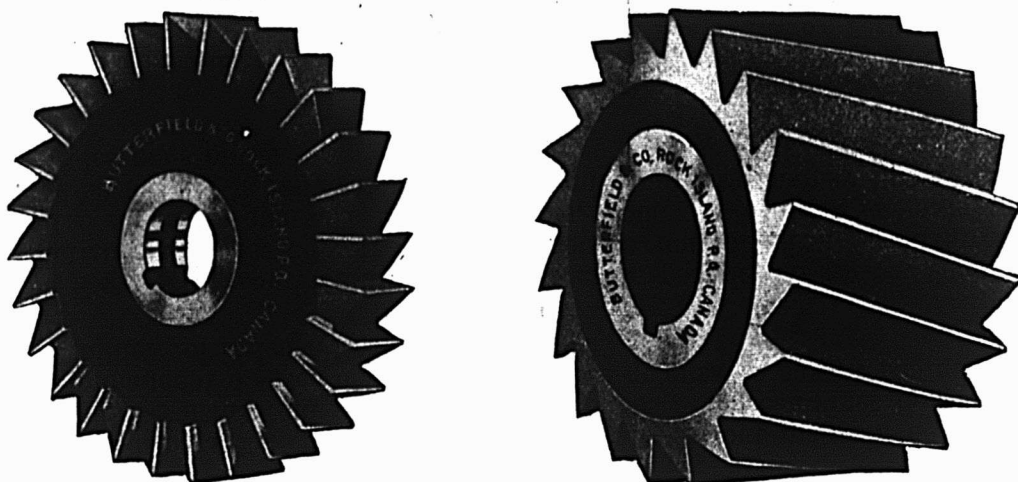
La raison des plus grandes affaires faites par les marchands de "Gutta Percha" se trouve dans le fait que les pneus "Gutta Percha" donnent une satisfaction sans réserve.

Pneus "Gutta Percha" CORD ET FABRIC

GUTTA PERCHA & RUBBER, LIMITED

SIEGE SOCIAL ET FABRIQUE: TORONTO.
Succursales dans les principales villes du Canada.

Outils Butterfield



Avez-vous pensé aux usines de votre voisinage ?

Il y a dans les environs du rayon d'outils de tout magasin de quincaillerie des usines qui vont chercher des outils à des centaines de milles et commandent d'après des catalogues parce qu'elles ne savent pas que le quincaillier voisin les a. Ceci vous arrive-t-il ?

Exposez vos outils Butterfield. Une carte postale adressée à l'agent acheteur des usines de votre voisinage pourra vous procurer ces affaires. Faites connaître que vous avez ces outils. Vous pouvez faire la vente en vous basant sur la réputation acquise depuis quarante ans par Butterfield pour les bons outils.

Représentants à l'étranger :

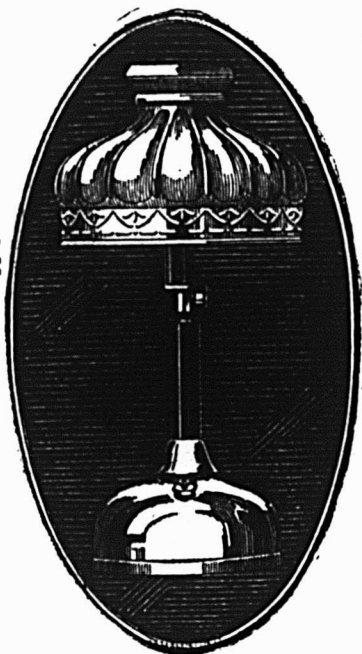
Grande-Bretagne: Geo. H. Alexander, 83-84 Coleshill St., Londres, Angleterre; France, Italie, Belgique et Suisse: Fenwick Frères, 8 Rue de Rocroy, Paris, France; Suède, Norvège et Danemark: Alb. Sigfr. Anderson & Co., Malmo; Espagne: Casamitjana Hermanos, Barcelone; Japon: Abe-Kobel & Co., Yokohama;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

Demandez le dernier catalogue.

Butterfield & Co., Division

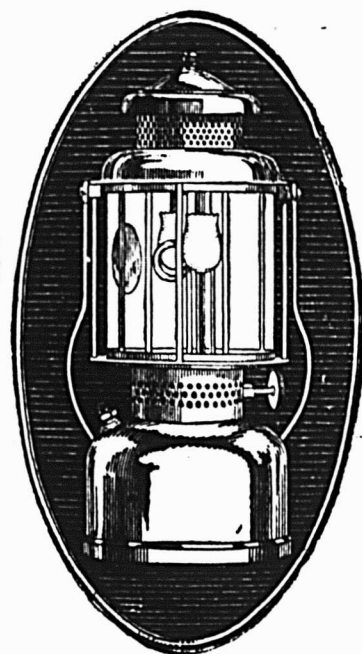
**Union Twist Drill Company,
Rock Island, P. Q.**

BUTTERFIELD



Modèle CQ 329
Prix, \$12.50

**Bénéfices
continus
avec
les**



Modèle LQ 327
Prix, \$11.00

Lampes et Lanternes
Coleman Quick-Lite

“La clarté du jour pendant la nuit”

Les lampes et lanternes Coleman Quick-Lite se vendent facilement avec un bénéfice appréciable. Et elles satisfont vos clients. La lampe Quick-Lite est l'éclairage le plus propre, le plus brillant et le plus moderne pour la maison. La lanterne est l'éclairage idéal pour tous les usages extérieurs. Les Quick-Lite sont durables, sûres et les plus économiques à employer. Elles donnent une puissance de 300 bougies d'une clarté d'un blanc pur. S'allument avec des allumettes et brûlent leur propre gaz produit par de la gazoline ordinaire à moteur.

Une publicité nationale a créé partout une vaste demande pour les Lampes et Lanternes Quick-Lite. Elles sont annoncées dans “MacLean's”, “The Canadian Farmer”, “Nor'West Farmer”, “Everywoman's” et d'autres journaux qui portent l'appel du Quick-Lites dans tout le Dominion — dans la demeure même de vos clients.

Il y a une demande pour les Quick-Lite dans votre localité. Satisfaites-la. Profitez des bénéfices continus qui proviennent de la marchandise qui donne satisfaction.

Votre courtier de quincaillerie peut vous les fournir. Ecrivez-nous pour avoir des détails.

FABRIQUEES EN CANADA PAR

The Coleman Lamp Co., Ltd.

RUE QUEEN EST ET AVENUE DAVIES, TORONTO.

*Signifie Economie
pour les
consommateurs*

LA BOUTEILLE THERMOS

*Signifie bons bénéfices
pour tous les détaillants
de partout*

**Les prix des produits THERMOS ont été réduits le 28 décembre 1920.
Ci-dessous une liste des articles populaires avec les prix actuellement en vigueur :**



No. 11
Garniture
aluminium
Chopine
Détail \$2.50

No. 11 Q
Pinte
\$4.25



No. 14
Garniture
nickel
Chopine
Détail \$3.00

No. 14 Q
Pinte
\$4.75

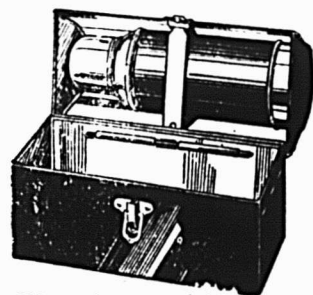


No. 15
Enveloppe en
nickel
cannelé
Chopine
\$4.25

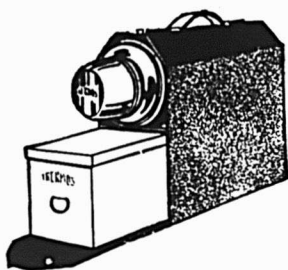
No. 15 Q
Pinte
\$6.00



No. 61 C
Rechanges
(Chopine)
Détail \$1.50
No. 61 Q C
Rechanges
(Pinte)
Détail \$2.75
No. 61 1/2 C
Rechanges
(demi-
chopine)
Détail \$1.50

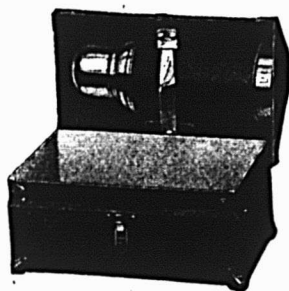


Nécessaire en métal avec
bouteille No. 11.
No 396. Détail \$4.50.
No 397. Détail \$5.00
avec bouteille No 14.



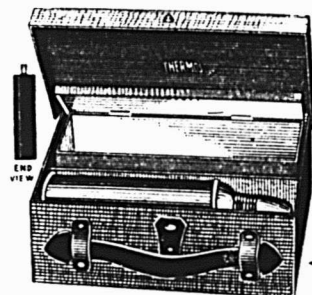
Nécessaire Fibroid avec bouteille
No 11.

No 416 Détail \$4.50
No 417, avec bouteille No 14, \$5.00



Nécessaire Fibroid caillouté avec
bouteille No 11.

No 400 Détail \$4.50
No 402, avec bouteille No. 14, \$5.00



Nécessaire Thermaline avec
bouteille No 11.

No 201 Détail \$7.00
No 200, avec bouteille No 14, \$7.50

Escompte sur les prix de détail ci-dessus, 25 et 10%, 2% 30 jours.

Commandes par quantité de 25 pièces, assorties, escomptes 25, 10 et 5%, 2% 30 jours.

Commandes par quantité de 40 pièces, assorties, escomptes 25, 10 et 10%, 2% 30 jours.

Transport payé à tout détaillant du Canada pour expédition de 100 lbs ou plus.

De 50 à 60 pièces, assorties, pèsent 100 livres ou plus.

Une commande assortie de 12 pièces donne droit pour le détaillant à des découpés et des garnitures de vitrine pour faire un petit étalage.

Une commande assortie de 25 pièces donne droit pour le détaillant à un écran de vitrine, une garniture et fait un superbe étalage pour son ordre initial.

Si vous n'avez jamais vendu les Produits Thermos et si vous n'en avez jamais fait d'étalage, permettez-nous de préparer l'assortiment pour vous; - nous ne vous enverrons que les articles de meilleure vente dans un district comme le vôtre. Bénéfices de 50% et au-dessus sur le prix d'achat suivant quantité.

Thermos est annoncé dans tout le pays — garanti faire ce que nous déclarons. Les nécessaires Thermos sont d'une vente splendide dans tout district du Canada. Montrez-les à vos clients parmi les fermiers — à tout le monde.

Thermos Bottle Co., Limited, 146 rue Wellington Ouest, Toronto

Demandez le catalogue illustré complet. Ou chez votre courtier

THERMOS

Production accrue

Prix de détails diminués

Une demande plus grande que jamais

USINES

Norwich,
Conn. E. U.

Huntington,
W. Va., E. U.

Brooklyn,
N. Y., E. U.

Londres,
Angleterre.

Kokura,
Japon.

Toronto,
Canada.

BUREAUX

New-York,
N. Y., E.U.

San Francisco,
Cal., E.U.

Tokio,
Japon.

Kobé,
Japon.

Londres,
Angleterre.

Toronto,
Canada

Il n'y a jamais eu une opportunité de vendre les THERMOS aussi grande que celle qui s'offre à vous aujourd'hui. L'augmentation des facilités de fabrication ont fait baisser les prix de Thermos au point de les mettre à la portée de tout travailleur.

De nouvelles usines ont été établies dans tout l'univers pour répondre à l'énorme demande toujours croissante de récipients THERMOS. L'annonce dans les publications nationales augmente la demande — et envoie des clients à votre magasin.

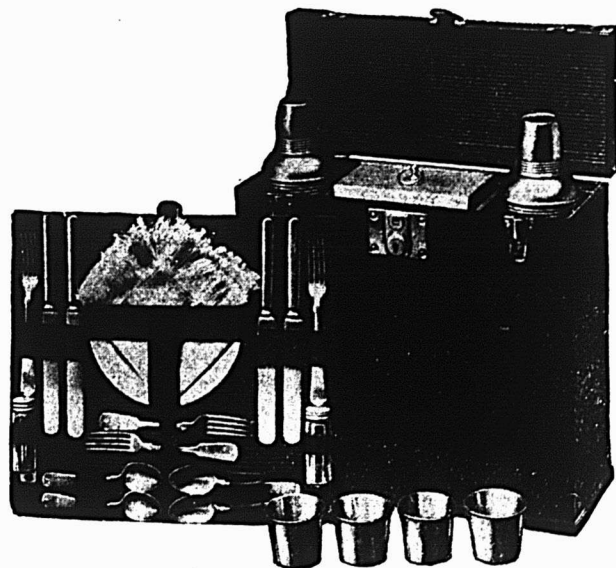
Tout foyer, toute mère de famille, tout automobiliste, tout ouvrier, tout sportsman a un emploi journalier pour quelqu'un des produits THERMOS, que ce soit une bouteille, une carafe, un pot, un bocal à aliments, un nécessaire de lunch ou un service pour automobile.

Et vos clients sont prévenus que le seul produit original et authentique porte le nom THERMOS gravé lisiblement sur la boîte métallique et sur la bouteille intérieure.

Ils sont avertis également que les produits THERMOS ont obtenu le Grand Prix à toutes les Expositions Internationales qui ont été tenues depuis l'accord des brevets initiaux THERMOS.

Ils désirent ce qu'il y a de mieux. C'est pourquoi ils demandent le THERMOS. Et ce fait joint à l'avantage des prix réduits grâce à l'augmentation de la production, signifie pour vous une opportunité Thermos plus grande que jamais.

Demandez-nous de vous envoyer nos listes d'assortiment spécial et notre catalogue.



NECESSAIRE POUR AUTOMOBILE POUR 4 PERSONNES.

No 234—Complet. Détail \$35.00
No 224—Pour 2 personnes. Détail 24.00

La vente des produits
THERMOS
signifie de bons
BENEFICES
pour vous.

THERMOS BOTTLE CO., LIMITED

146 Rue Wellington Ouest,
TORONTO.

Aux Etats-Unis
366 Avenue Madison,
NEW-YORK, N.Y.



CARAFE THERMOS

No 58, Pinte, \$8.75 détail.
No 57, Chopine 6.75 détail.



Les Ventes de Mars ont dépassé toutes nos espérances

En dépit du fait que quelques fabricants de clôture ont éliminé le détaillant et vendent directement au fermier, nos ventes aux détaillants pendant le mois de mars ont dépassé de beaucoup la normale. Ceci prouve que le fermier préfère encore acheter chez son marchand local où il peut voir la clôture avant de l'acheter et avoir la garantie du marchand qu'elle lui donnera des années de service sous toutes les conditions climatiques, quelles qu'elles soient.

En général le fermier tient naturellement à acheter sa clôture aussi bon marché que possible, mais sa première considération est la **qualité**.

Vous pouvez répondre à ce désir en lui vendant la clôture Peerless qui est fortement galvanisée pour éviter la rouille. — Notre garantie accompagne chaque rouleau.

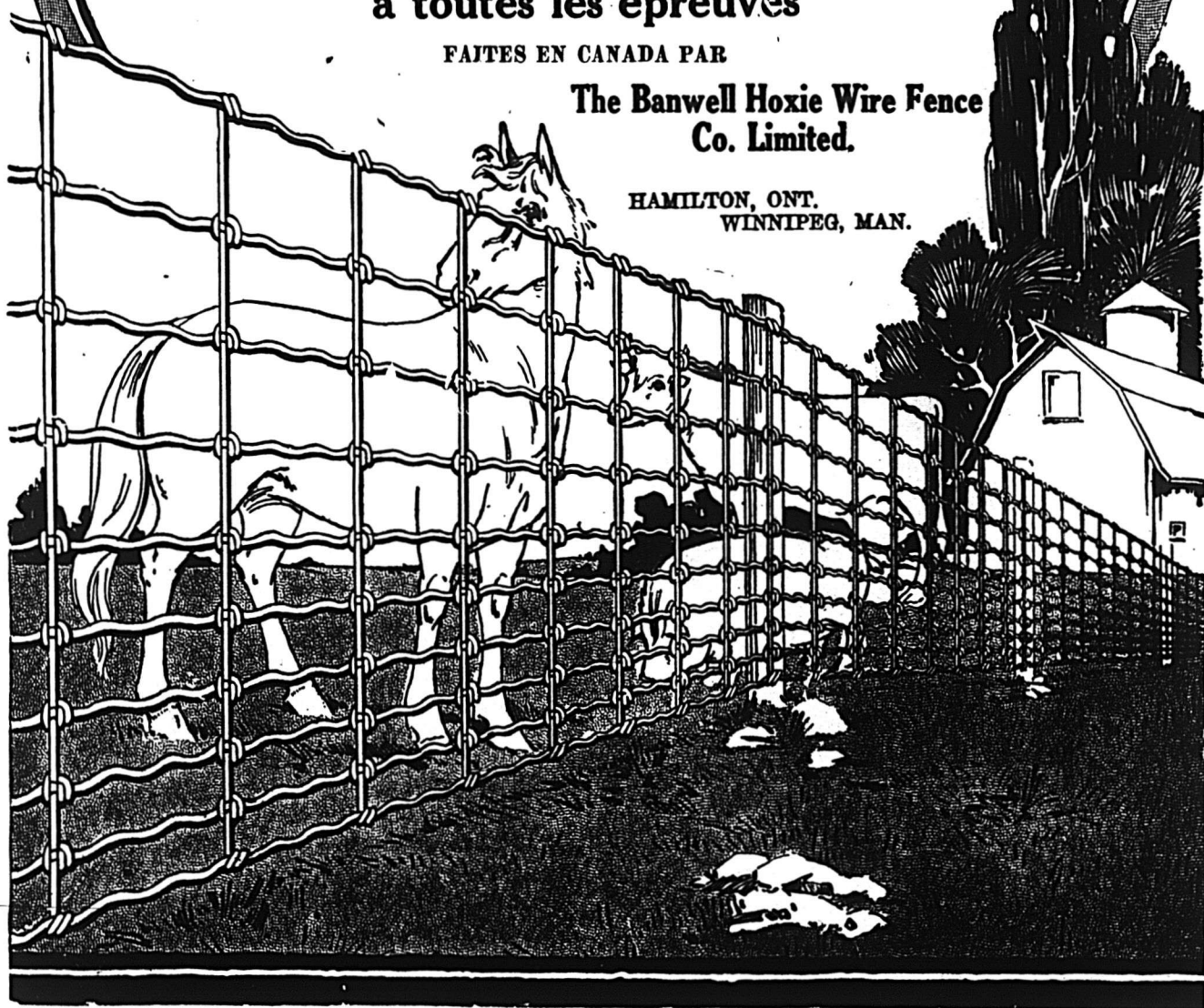
Si vous ne tenez pas la clôture, vous devriez le faire et c'est maintenant la saison de faire de grosses ventes. Les marchands de Peerless sont soutenus par des annonces dans les journaux agricoles, prospectus adressés directement et de nombreuses autres formes de publicité. Nous avons une attrayante proposition d'agence à offrir. Notre nouveau catalogue de printemps vient de sortir des presses. Il décrit complètement et reproduit tous les modèles de clôtures, barrières et poteaux d'acier Peerless — écrivez aujourd'hui pour demander votre exemplaire.

Les Clôtures Peerless résistent à toutes les épreuves

FAITES EN CANADA PAR

The Banwell Hoxie Wire Fence Co. Limited.

HAMILTON, ONT.
WINNIPEG, MAN.



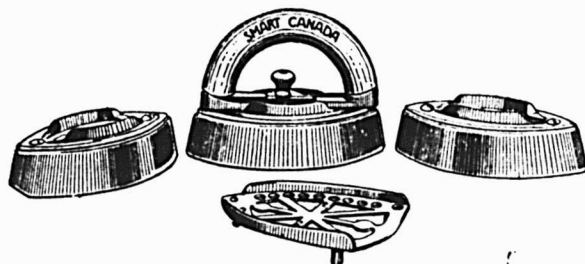
En écrivant aux annonceurs, si vous mentionnez le "Prix Courant", vous vous assurez un meilleur service.

CANADA FOUNDRIES & FORGINGS LIMITED

Fers à Repasser



MODELE "MADAME POTTS"



Trois fers, une poignée et un porte-fer constituent une série. Chaque fer est différent. L'un pèse 4 livres et a un bout arrondi pour le polissage du linge et pour les tissus légers, un deuxième fer pèse 5 livres et un troisième, 6 livres.

Ces articles sont bien finis, bien emballés et de belle apparence. Les poignées sont les meilleures du genre et s'adaptent bien au fer.

Nous fabriquons également des poignées détachées, s'adaptant à tous les fers de modèle "Madame Potts".

Le nom de Smart paraît sur chacun de nos fers à repasser et est une garantie de leur qualité supérieure.

Fers à repasser de tous genres — pour manches, pour polissage, pour tailleurs, etc.

*Demandez notre catalogue descriptif
: Il vous sera envoyé sur demande :*





Les pionniers dans la clôture en broche

La clôture Frost a été parmi les premières à remplacer les antiques clôtures de piquets et de planches. Parmi les premières aussi, à donner au détaillant un nouveau produit créateur d'affaires grâce auquel il a développé un des plus grands départements de son commerce avec le fermier.

LA CLOTURE FROST

est devenue si fermement établie dans l'esprit de tout

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

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

acheteur éventuel que la plupart des gens pensent à la clôture Frost lorsqu'ils viennent à votre magasin. Donnez-leur satisfaction avec la clôture qui a répondu à toutes les épreuves.

La saison actuelle est une saison pour la clôture Frost. Des améliorations sont faites constamment à des centaines de fermes. Tout fermier a un endroit à clôturer en broche. Faites un effort pour obtenir sa commande. Veuillez nous faire connaître vos besoins en fait de clôture.

TAPATCO
REGISTERED TRADE MARK
BRAND

Bourrures de Collier



"Une once de prévention vaut une livre de Remède"

DES colliers mal ajustés, et des bourrures inférieures ont mis bien des chevaux sur la liste des malades avec des écorchures et des meurtrissures.

Un cheval est un actif aussi longtemps qu'il est capable de faire sa part de travail. Un cheval à l'écurie, qui mange du grain et du fourrage coûtant cher, est une charge.

LES BOURRURES DE COLLIER "TAPATCO"

Brevet Américain, 1er décembre 1914. Brevet Canadien, 6 avril 1915.

Conservent les chevaux en bon état.

Elles sont largement employées par les fermiers qui comprennent que l'efficacité des attelages dépend entièrement de l'ajustement et du confort des colliers.

Ecrivez pour avoir le catalogue.

The American Pad & Textile Co.
CHATHAM, ONTARIO.



Vendez-vous du milléage?

Autrefois les automobilistes se contentaient d'accepter n'importe quel pneu d'un nom connu, sans aucune pensée ni aucun souci au sujet du service.

Aujourd'hui les mêmes hommes achètent du milléage pour chaque cent dépensée.

Les détaillants observateurs attribuent à ce fait la raison de la demande persistante et croissante pour les "Semelles d'Autos" Ames Holden, qui sont de beaucoup meilleures comme performance que les pneus ordinaires.

De combien de milles sont-elles meilleures? Ceci peut être établi par le fait que la majorité des ventes proviennent des districts où l'état des routes est le pire—où une performance de 10,000 milles semble incroyable.

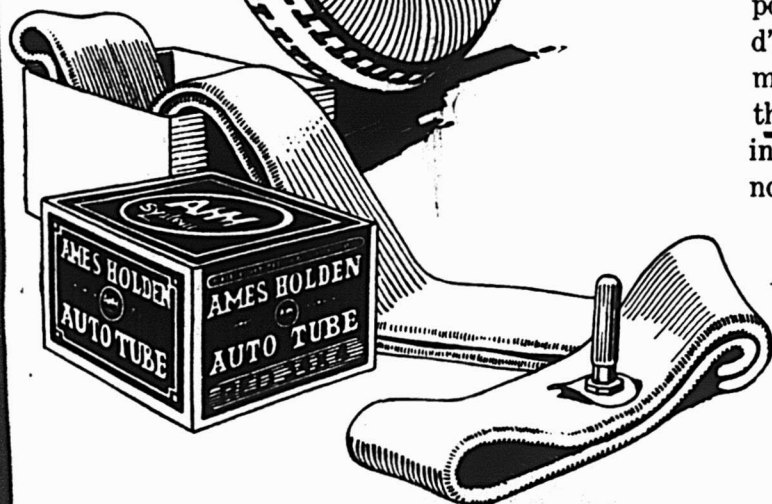
Puis la garantie de la "Semelle d'Auto" Ames Holden plaît aux acheteurs de milléage. C'est une protection absolue contre les défauts de matériel ou de fabrication. Elle permet les arrangements sans discussion ni paperasserie.

Dans l'ensemble il y a des centaines de raisons pour lesquelles vous devriez vendre les "Semelles d'Autos" Ames Holden—vendre du milléage. La meilleure à votre point de vue est certes la méthode généreuse qui soutient très largement vos intérêts. Laissez-nous vous en parler. Ecrivez-nous.

SEMELLES D'AUTOS - - AMES HOLDEN - -

PNEUS CORD ET FABRIC DANS TOUTES
LES DIMENSIONS COURANTES.

Les
chambres
à air
grises
et
rouges
AMES
HOLDEN
augmentent
le milléage
donné
par les
"Semelles
d'Auto".



AMES HOLDEN McCREADY LIMITED

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

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

HERCULES



Les bougies d'allumage dont la qualité et la supériorité sont reconnues par toutes les autorités.

Comprennent des modèles pour tous les genres d'autos, de camions, de motocyclettes, d'aéroplanes, de tracteurs et de moteurs.

Le détaillant est protégé quant à ses profits, les fabricants ne permettant pas le coupage des prix.

Une campagne INTENSIVE d'annonce en français — comprenant les journaux, dépliants, brochures, pancartes, etc., fera connaître les bougies HERCULES d'un bout à l'autre de la province.

La qualité de ces bougies est telle que tout automobiliste qui en fait l'essai ne voudra plus employer des bougies des autres marques.

Assurez la plus complète satisfaction à vos clients tout en vous assurant des profits intéressants.

ECLIPSE MANUFACTURING COMPANY

INDIANAPOLIS, E. U. A.

Distributeurs en gros à Montréal: STARKE, SEYBOLD LTD., 14 Rue St-Pierre.

Le Rasoir AutoStrop au premier rang!



Les Rasoirs AutoStrop se vendent d'eux-mêmes lorsque le vendeur en fait la démonstration. Montrez au client comment la lame s'ouvre pour le nettoyage comme la feuille d'un livre, comment le même levier qui dégage la lame, sert à l'ajuster pour se raser de près, moyennement ou légèrement.

**Les détaillants trouvent
que c'est leur plus grand
faiseur d'argent**

LORSQU'UN article de marque dépasse comme vente tous les autres de son genre, il y a une raison à un tel succès. L'article doit avoir un réel mérite. Il doit être supérieur. Il faut qu'il soit soutenu par des forces de vente supérieures.

VALET LE RASOIR AutoStrop

S'AIGUISE DE LUI-MEME.

Est bien annoncé dans toutes les localités canadiennes-françaises, dans les journaux et périodiques et par d'autres moyens utiles.

LA campagne pour faire de 1921 une grosse année est commencée. Les crédits de publicité sont énormes. Le plan pour aides de vente est énorme. Le montant des ventes de 1920 sera dépassé parce que tout le plan d'organisation est grand. Les bénéfices des détaillants seront grands.

LA publicité est une nécessité. La bonne publicité est efficace. Mais la bonne publicité de cette année sera soutenue par des étalages de vitrine, des brochures, des démonstrations et une foule d'autres tentatives pour aider le marchand à maintenir le Rasoir AutoStrop où il doit être — au Premier Rang.

SUR les rasoirs, cuirs, lames, etc., fabriqués dorénavant par nous, nous apposerons la marque "Valet" en plus de la marque de fabrication "AutoStrop" comme indication supplémentaire que ce sont les produits authentiques de la AutoStrop Safety Razor Co. Limited, de Toronto.

AutoStrop Safety Razor Co., Limited
TORONTO, CANADA



MACHINES A LAVER ET ESSOREUSES CONNOR

Les machines à laver de la ligne Connor sont de dessin distinctif et sont les premières dans leurs classes respectives.

En tenant les machines à laver Connor vous savez que vous tenez des articles d'un mérite éprouvé et ayant des qualités attrayantes de vente, que ce soit des machines électriques, à gaz, à moteur hydraulique ou à main.

Pas un modèle unique, mais de nombreux genres pour répondre aux demandes locales.

Pour les territoires qui ne sont pas encore distribués, nous sommes prêts à avoir de nouveaux détaillants pour tenir les machines à laver et essoreuses Connor dans n'importe quelle partie du Canada.

Prenez par exemple les caractéristiques exclusives de la machine électrique à laver et à essorer "Perfection" de Connor. Elle possède: Baquet extra-épais, roulettes mobiles en tous sens, moteur bien protégé en-dessous du baquet et hors du chemin, aucun engrenage ou volant exposé, essoreuse tournant complètement, rouleaux de la meilleure qualité—de 12 pouces de large, dispositif de sûreté sur l'essoreuse. Une machine électrique de prix moyen, bien que possèdent tous les avantages désirables des machines les plus coûteuses. Lorsque vous songez à vos ventes de machines à laver électriques, examinez tout d'abord la "Perfection" de Connor.

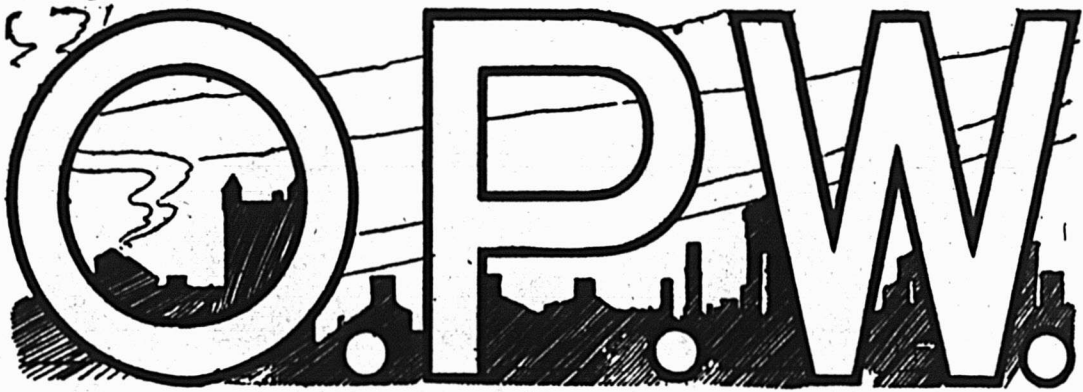
La machine à laver Connor avec moteur hydraulique à basse pression, une merveille dans son genre.

Ecrivez-nous pour avoir nos derniers prix et notre proposition d'agence.



J. H. CONNOR & SON, LIMITED

OTTAWA, ONT.



“LE PRINTEMPS EST A NOS PORTES”

et les fantaisies des jeunes gens peuvent être facilement tournées en pensées d'amour. Tout ceci ne change pas le fait que les gens mariés pensent à la peinture et que les femmes sont toutes disposées à embellir leurs demeures et en chasser la saleté et la tristesse.

Et, dites, y a-t-il jamais eu dans votre voisinage autant de bâtiments qui aient tant besoin de peinture? C'est la même chose partout. Même les rédacteurs de magazines en parlent, blâmant la guerre et les prix fantaisistes. Ils appellent cela, je crois, “La Reprise”. Tout ceci ne modifie pas le fait que nous devons peindre maintenant — tout de suite. Bien! Et, dites donc, si cette reprise prévue de la construction a lieu, le printemps de 1921 ne sera-t-il pas la plus forte saison que vous ayez jamais connue.

Tout ceci nous ramène à Ottawa et à ses gens qui font des peintures pures à des prix raisonnables et qui se spécialisent dans la coopération avec leurs détaillants.

Nous sommes anxieux d'avoir de vos nouvelles. Envoyez-nous une carte postale et nous serons là en peu de temps.



Ottawa Paint Works, Limited
Ottawa, Canada

Succursales: Montréal et Toronto.

“Sauvez la surface et vous
sauvez tout” *(Ottawa et Kinross)*

Carpettes en linoleum et préart

Une ligne profitable de vente rapide

UNE demande active s'est produite dans tout le pays pour les carpettes en linoleum et en préart, attribuable tout d'abord à la façon dont elles ont satisfait le besoin depuis longtemps ressenti d'un couvre-plancher bon marché, durable et hygiénique et ensuite à notre vaste campagne de publicité dans tout le Canada.

Les magasins de quincaillerie trouvent maintenant que ces carpettes sont très profitables à tenir. Elles ne prennent pas beaucoup de place et sont continuellement en demande. Elles sont si attrayantes que l'effet général de votre étalage est amélioré lorsqu'elles sont ouvertes et exposées.

Les carpettes en linoleum et en préart convenables pour cuisines ou autres pièces et les attrayants dessous de poêle se font dans les dimensions suivantes:

TAPIS ET CARPETTES EN PRELART

3 pieds x 3 pieds
 3 pieds x 4½ pieds
 4½ pieds x 6 pieds
 4½ pieds x 7½ pieds
 6 pieds x 9 pieds
 7½ pieds x 9 pieds
 7½ pieds x 10½ pieds

CARPETTES EN LINOLEUM

6 pieds x 9 pieds
 7½ pieds x 9 pieds
 9 pieds x 9 pieds
 9 pieds x 10½ pieds
 9 pieds x 12 pieds
 10½ pieds x 12 pieds
 12 pieds x 12 pieds

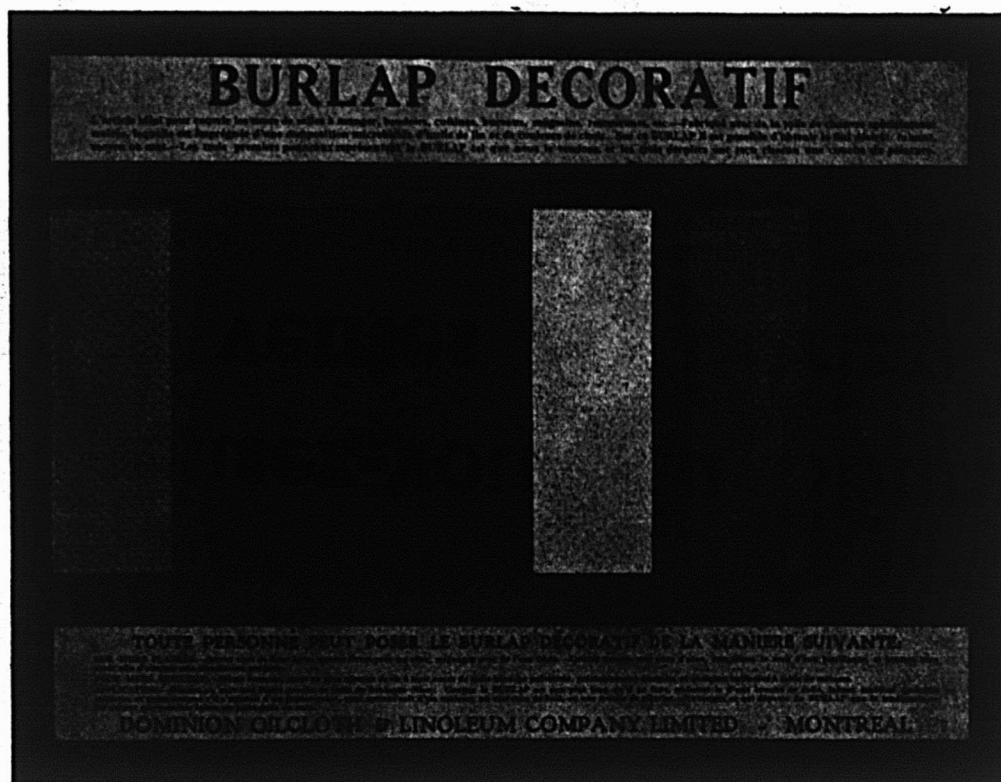
Les grandes carpettes de 6 pieds x 9 pieds et au-dessus sont emballées individuellement en cartons. Les dimensions plus petites sont en rouleaux de six — toutes du même patron.

IMPORTANT: Ces couvre-planchers sont faits en Canada pour supporter les conditions climatiques du Canada, par des ouvriers Canadiens. Lorsque vous achetez et vendez ces couvre-planchers vous achetez ce qu'il y a de mieux et en outre vous aidez à procurer un emploi continu à ces ouvriers.

Note.—Notre livre de modèles, en couleur, reproduisant environ 150 patrons, est adressé sur demande.

**SPECIFIEZ NOS MARCHANDISES FAITES EN CANADA
 DISTRIBUEES PAR LE COMMERCE DE GROS.**

Dominion Oilcloth & Linoleum Co., Limited
Montréal, Canada



Que pensez-vous du Stimulant des ventes de Burlap ?

DES centaines de quincailliers ont déjà reçu leur exemplaire. Placez-le là où il travaillera pour vous — sur le comptoir comme le vendeur muet, et tenez votre stock bien assorti pour répondre à la demande croissante.

Les quincailliers de tout le Canada vendent cette année plus de Burlap qu'ils n'avaient jamais pensé qu'il fût possible. 1921 promet d'être une année exceptionnelle pour la construction et par conséquent l'année exceptionnelle pour la vente du Burlap.

Nous nous ferons également un plaisir de vous envoyer des échantillons de Burlaps pour décoration de murs dans les trois nuances huilées — blanc, beige et vert. Vous serez ainsi à même de montrer à votre client le produit — tel qu'il le recevra de vous prêt à poser sur le mur tout comme du papier peint et à être peint de n'importe quelle nuance désirée.

Faites une commande d'essai aujourd'hui. Une petite dépense vous permettra d'avoir un stock suffisant de Burlap pour décoration de murs. Demandez notre stimulant de ventes.

Dominion Oilcloth & Linoleum Co., Limited
Montréal Canada



SHER-WILL-LAC

« Sauvez la surface et vous
sauvez tout. *Recherchez et vendez* »

Le VERNIS-TEINTURE Sherwin-Williams

C'EST un produit "Cover the Earth" (Couvre la terre) et ce fait à lui seul est une assurance définie de qualité garantie.

Pour retoucher les endroits salis à l'intérieur de la maison, pour redonner la bonne apparence originale des vieux planchers usés, des meubles et des boiseries intérieures de tout genre, il n'y a rien qui soit plus digne de votre recommandation que SHER-WILL-LAC.

Vendez et recommandez SHER-WILL-LAC.

Chaque étalage que vous faites sert à vous attirer une plus grande partie de la demande de Sher-Will-Lac — demande qui est constamment provoquée par une publicité intensive au consommateur.

Nous avons un système d'Echantillons gratuits et un système d'escompte cumulatif. Ils ne manqueront certainement pas de vous intéresser et d'augmenter vos ventes de vernis-teinture avec le Sher-Will-Lac de Sherwin Williams. Ecrivez-nous et laissez-nous vous en parler.

THE SHERWIN-WILLIAMS Co.
of Canada, Limited

PAINT VARNISH & COLOR MAKERS
LINSEED OIL CRUSHERS

FACTORIES: MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG, LONDON, ENG.
OFFICES & WAREHOUSES: MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG, CALGARY, VANCOUVER, HALIFAX, N.S., LONDON, ENG.



S - W - P

*"Sauvez la surface et vous
sauvez tout" (Bourse de Montréal)*

La Sherwin-Williams est l'étalon de valeur pour la peinture d'extérieur

LE prix de revient au gallon est une base erronée pour calculer la valeur de la peinture. Ce qui est beaucoup plus important pour le marchand, c'est la **QUALITE** de la peinture qu'il vend, et si elle satisfera le client sur les trois points de toute importance sur lesquels toute peinture doit être jugée — capacité de couverture, résistance aux intempéries et durabilité.

Si vous jugez S.W.P. à ce point de vue c'est la meilleure valeur de peinture que vous puissiez offrir à votre clientèle. Elle couvre un tiers de plus de surface que les peintures ordinaires. Elle dure deux fois aussi longtemps et représente ainsi une véritable économie dans le prix d'achat, aussi bien que dans le coût de la main-d'oeuvre pour peindre et repeindre.

Tout le monde connaît S.W.P. C'est un produit "Cover the Earth", (Couvre la terre), et l'étiquette "Cover the Earth" est partout considérée comme une garantie d'excellence.

Tirez parti de cette popularité en identifiant votre rayon de peinture avec S.W.P. et les autres produits Sherwin-Williams. Ecrivez aujourd'hui pour avoir les détails de notre offre d'agence et voyez les possibilités de faire l'argent qu'elle vous offre.

THE SHERWIN-WILLIAMS Co.
of Canada, Limited

PAINT VARNISH & COLOR MAKERS
LINSEED OIL CRUSHERS

FACTORIES: MONTREAL TORONTO WINNIPEG LONDON ENG.
OFFICES & WAREHOUSES: MONTREAL TORONTO WINNIPEG CALGARY VANCOUVER HALIFAX N.S.
LONDON ENG.

Des Profits avec le **BOWSER**

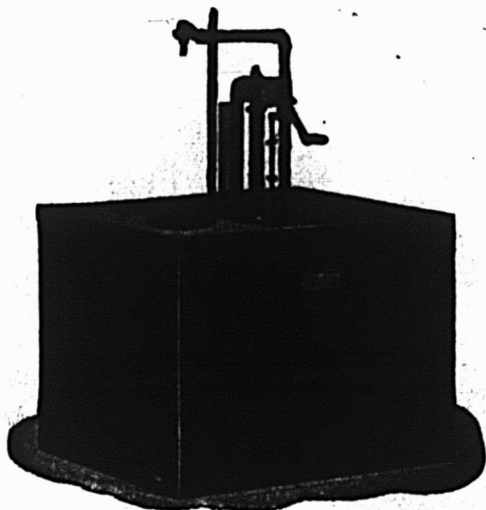


Fig. 19

INSTALLATION POUR LE PETROLE

Ce modèle No 19 répond parfaitement à vos besoins. La pompe mesure par gallon, demi-gallon ou quart. Ce genre d'appareil est un standard depuis des années et a prouvé maintes fois son incombustibilité et ses qualités de producteur de bénéfices.

Le système Bowser d'emmagasinage de l'huile vous aidera à retirer un bon profit de votre département d'huile.

Il évite la perte, la détérioration de l'huile et la contamination d'un stock précieux.

Il épargne le temps de votre personnel de vente et procure un meilleur service à vos clients.

Il supprime les planchers trempés d'huile et écarte le danger d'incendie.

Le système Bowser est construit pour fournir du service—il est durable et permanent. Il mesure un gallon exactement d'un coup et montre d'une façon précise le montant à faire payer pour chaque quantité distribuée.

Sans le Bowser, le Profit sur l'Huile est impossible.



Fig. 241

La pompe à gazoline (fig. 241) représentée ci-dessus est bien connue et bien vue des automobilistes de partout. Elle pompe par gallon, demi-gallon, quart ou chopine. Construite avec ou sans lumière électrique. Se ferme à clef. Compte, filtre et mesure la gazoline en la versant directement dans les automobiles. S'emploie avec un réservoir dans le sous-sol.

Demandez-nous notre brochure No 20—Ecrivez tandis que vous y pensez.

S. F. BOWSER & COMPANY, Limited

66-68 Avenue Fraser, TORONTO.

Bureau de vente dans tous les centres. — Représentants partout.

Les Outils de Bûcherons 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 BUCHERONS

PEMBROOKE

(ONTARIO)

FABRIQUES AU CANADA





LA TOLE GALVANISEE

“QUEEN'S HEAD”



EST TOUJOURS EMPLOYEE LORSQU'ON
:- DEMANDE CE QU'IL Y A DE MIEUX :-



STOCK ET IMPORTATION

JOHN LYSAGHT, LIMITED
MONTREAL

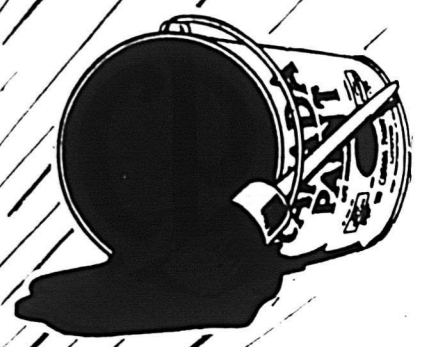
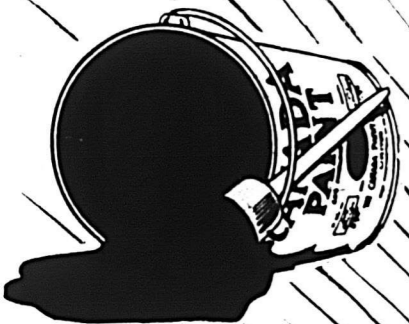
FER-BLANC EN FEUILLES
:- TOLES CANADA :-
TOLES NOIRES ET ETAMEES
:- METAUX EN FEUILLES :-
de toutes sortes

FER ET ACIER
FER EN GUEUSE
METAUX EN LINGOTS

A. C. LESLIE & CO., LIMITED
BRISTOL ET MONTREAL

SUN VARNISHES

POUR TOUT OUVRAGE INTERIEUR OU EXTERIEUR



VERNIS SUN

Un vernis supérieur d'une grande durabilité, avec une transparence délicate qui fait ressortir toute la beauté naturelle du bois.

Si les radiateurs fuient — si la pluie entre par la fenêtre ouverte — cela ne détériore rien de ce qui est recouvert de Vernis Sun. Pas plus que l'eau chaude, l'eau de savon, l'alcool ou l'alcali ne peuvent altérer la beauté d'une surface vernie au "Sun".

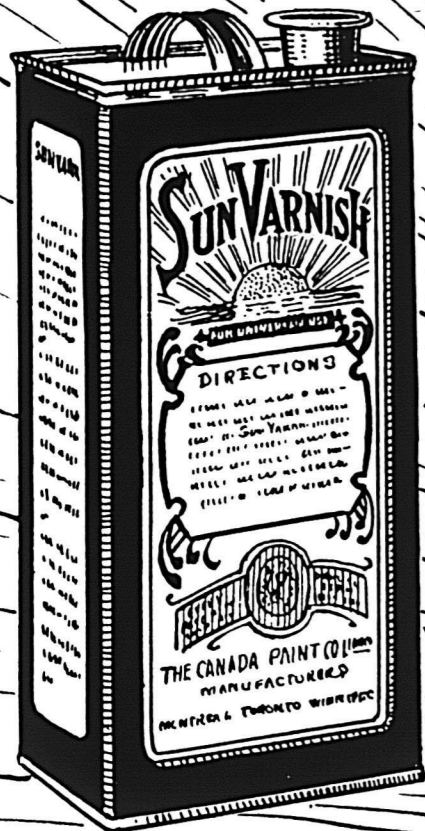
Un vernis bon à recommander — économique, de longue durée, facile à appliquer. Sèche absolument en 24 heures.

VERNIS A PLANCHER SUN

Spécialement adapté pour l'usage sur les planchers en bois dur. Résistant et élastique, il dure comme le fer, et il ne craque pas, ne s'écaille pas, ni ne laisse voir aucune marque de talon.

Le Vernis Sun constitue un fini riche, joli et imperméable pour les boiseries, portes d'entrée, appuis de fenêtre, salles de bain ou tout autre surface dans la maison.

Voiez à ce que votre stock soit au complet. Si vous ne tenez pas les vernis Sun et les autres lignes C.P., écrivez à notre bureau de Montréal pour avoir des renseignements sur l'offre d'agence C.P.



THE CANADA PAINT CO., LIMITED

Makers of the famous "Elephant Brand" Genuine White Lead

MONTREAL

TORONTO

HALIFAX WINNIPEG

CALGARY

VANCOUVER

PEINTURES ET VERNIS

Emails brillants et mats, Teintures et Enduits

Blanc "Peerless" pour peintre



COULEURS SECHES

Couleurs à l'huile et Japon

Vernis de couleur pour automobiles et voitures

En somme nous fabriquons

Un superbe protecteur pour tout ce qui existe sous le soleil

R. C. Jamieson & Company, Limited

FONDEE EN 1858

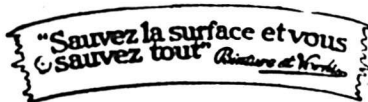
Propriétaires-exploitants de P. D. Dods & Company, Limited

CALGARY

MONTREAL

VANCOUVER

Êtes-vous prêt pour le commerce du printemps ?



METTEZ EN STOCK maintenant les Produits Jamieson pour être prêt à répondre aux demandes de votre district pour la saison du nettoyage de printemps.

LES PRODUITS JAMIESON sont constamment demandés par les consommateurs qui ne sont satisfaits qu'avec ce qu'il y a de mieux et ils assurent des ordres de répétition, car ils possèdent la satisfaction désirée aussi bien pour le détaillant que pour le consommateur.

LE BLANC "PEERLESS" POUR PEINTRE DE JAMIESON est bien supérieur à tout autre blanc de plomb, car il est plus durable, plus blanc, plus joli, il couvre mieux et est plus économique. Dans les ouvrages d'extérieur il ne craque pas et ne se détache pas et dans les ouvrages d'intérieur, il ne jaunit pas.

La qualité des Produits Jamieson est garantie par plus de soixante ans d'existence

R. C. Jamieson & Company, Limited

FONDEE EN 1858

Propriétaires-exploitants de P. D. Dods & Company, Limited

CALGARY

MONTREAL

VANCOUVER



La Peinture Préparée ENDURANCE

Votre clientèle compte que vous ne tiendrez en stock que les meilleures peintures. Si vous désirez faire avec succès un commerce de peintures et de vernis, il est essentiel que vous arrêtiez votre choix sur ceux de la plus haute qualité.

Nous vous prions de mettre à l'essai "Glidden's Endurance Paint" et de la comparer à n'importe quelle autre sur le marché. Aucune ne l'égale pour ce qui est de la densité et de la superficie couverte. Vous choisirez alors la peinture de Glidden.

Ecrivez-nous pour avoir les propositions que nous faisons aux marchands.

THE GLIDDEN COMPANY, LIMITED, 327 RUE CRAIG OUEST, MONTREAL.

MONTREAL - TORONTO - CLEVELAND - SAN FRANCISCO - READING - NEW YORK - CHICAGO
KANSAS CITY - DETROIT - BOSTON - PITTSBURG - LONDON - ATLANTA - DALLAS

GLIDDEN

PAINTS - VARNISHES - COLORS - INSECTICIDES

GLIDDEN

EVERYWHERE ON EVERYTHING

Un vernis très recherché pour l'intérieur c'est le

JAP-A-LAC

FINIS DOMESTIQUES

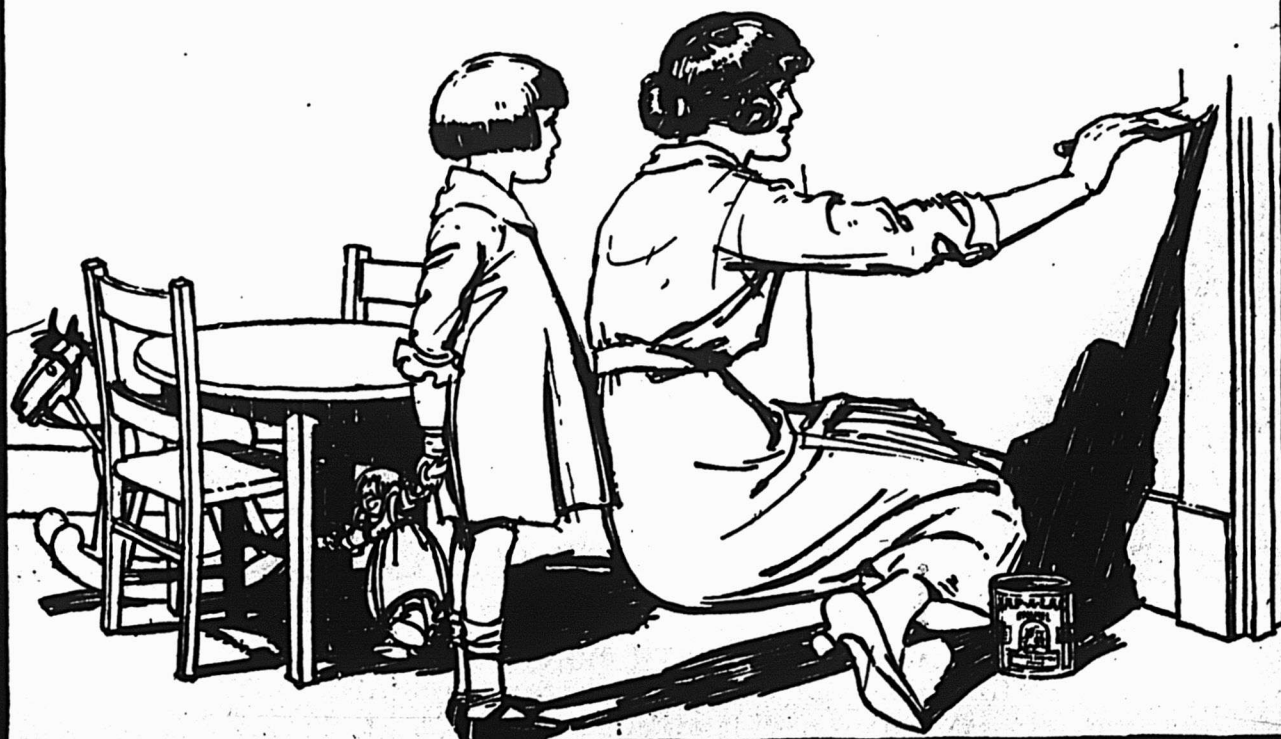
Ce nom de Jap-a-lac est aujourd'hui bien connu des familles de toute la province de Québec et toute ménagère en connaît l'utilité pour l'intérieur de sa maison.

Tous les marchands savent ce que cela leur vaut de l'avoir en magasin.

Que votre stock de Jap-a-lac soit toujours complet.

THE GLIDDEN COMPANY, LIMITED, 327 RUE CRAIG OUEST, MONTREAL.

MONTREAL - TORONTO - CLEVELAND - SAN FRANCISCO - READING - NEW YORK - CHICAGO
KANSAS CITY - DETROIT - BOSTON - PITTSBURG - LONDON - ATLANTA - DALLAS



Avant que vous ne placiez cette commande
Laissez-nous vous donner des détails sur les

PNEUS ROYAL OAK

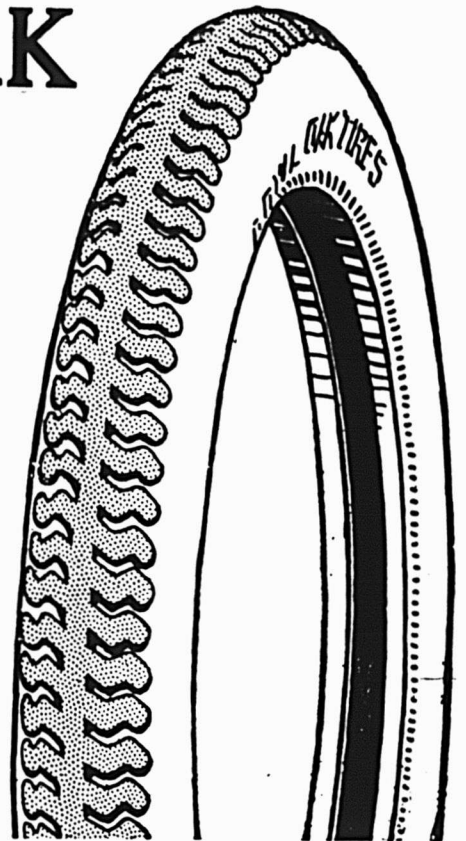
Laissez-nous vous montrer ce qu'ils ont à vous offrir pour augmenter vos ventes et votre clientèle.

Des lettres de courtiers et de détaillants nous disent combien ils sont satisfaits des ventes de Pneus Royal Oak, et combien les clients sont satisfaits du genre de service qu'ils obtiennent. Par exemple une maison de quincaillerie de l'ouest dit qu'après avoir fait rouler un pneu Royal Oak sur 5,750 milles, il était encore en bonne condition et paraissait encore bon pour quelques milliers de milles de plus.

Ecrivez-nous aujourd'hui pour connaître nos encouragements spéciaux aux détaillants. Dites-nous simplement sur une carte postale ou sur un entête de lettre "Veuillez m'envoyer les détails de votre offre au détaillant" et signez votre nom. Les détails vous parviendront par retour du courrier.



*Plus résistant
que le chêne.*



OAK TIRE & RUBBER CO. LIMITED

258 RUE VICTORIA, TORONTO.

SUCCESSALES:

MONTREAL: 342 Rue St-Jacques.

WINNIPEG: 120 Rue Lombard.

Bardeaux en acier galvanisé
Plaques de côté en fer ondulé

de PEDLAR

Plaques de côté.

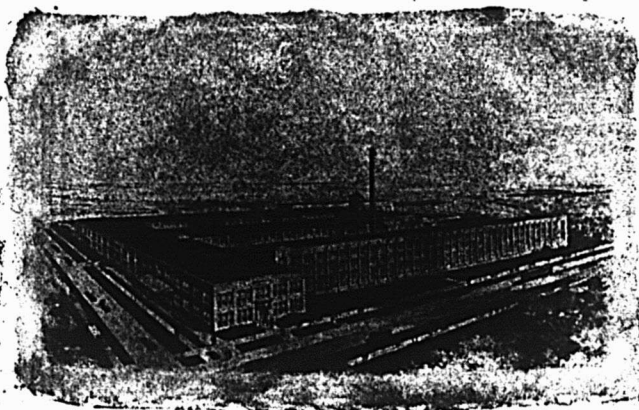
Modèles uni ou imitation pierre.

Plafonds et murs métalliques.

Gouttières et tuyaux de descente.

Ponceaux métalliques.

**Ecrivez pour avoir la liste de prix et le
catalogue illustré.**



La plus grande usine de tôlerie de l'Empire Britannique.

THE PEDLAR PEOPLE LIMITED

FONDEE EN 1861.

26 RUE NAZARETH, MONTREAL, P. Q.
SIEGE SOCIAL ET USINES : OSHAWA, ONT.

Succursales: Québec, Halifax, St. John, Ottawa, Toronto, Winnipeg, Calgary, Vancouver.

Lorsque la peinture sèche avec des taches mates

Vous avez déjà vu un ouvrage de peinture qui, lorsqu'il est sec, montre des taches mates et vous vous êtes sans doute étonnés de savoir quelle en était la cause.

Une des raisons consiste dans l'huile employée dans la fabrication de la peinture.

L'huile, si c'est de l'huile de lin, a été faite avec l'idée de tirer tout vestige d'huile possible de la graine de lin, même aux dépens de la qualité du produit fini.

Il y a un point dans le pressage de la graine où l'huile qui est extraite devient une substance mucilagineuse. Ceci dans l'huile nuit beaucoup à la qualité et occasionne les taches mates dans la peinture.

L'huile de la marque Livingston ne contient jamais cette matière. Ceci est une des raisons de la qualité de la marque Livingston.

NOTE. — Cette matière mucilagineuse laissée dans le pain de lin augmente sa valeur comme engrais. C'est pourquoi le pain de lin de la marque Livingston est toujours de la plus haute qualité.



The Dominion Linseed Oil Company, Limited

BADEN,

MONTREAL,

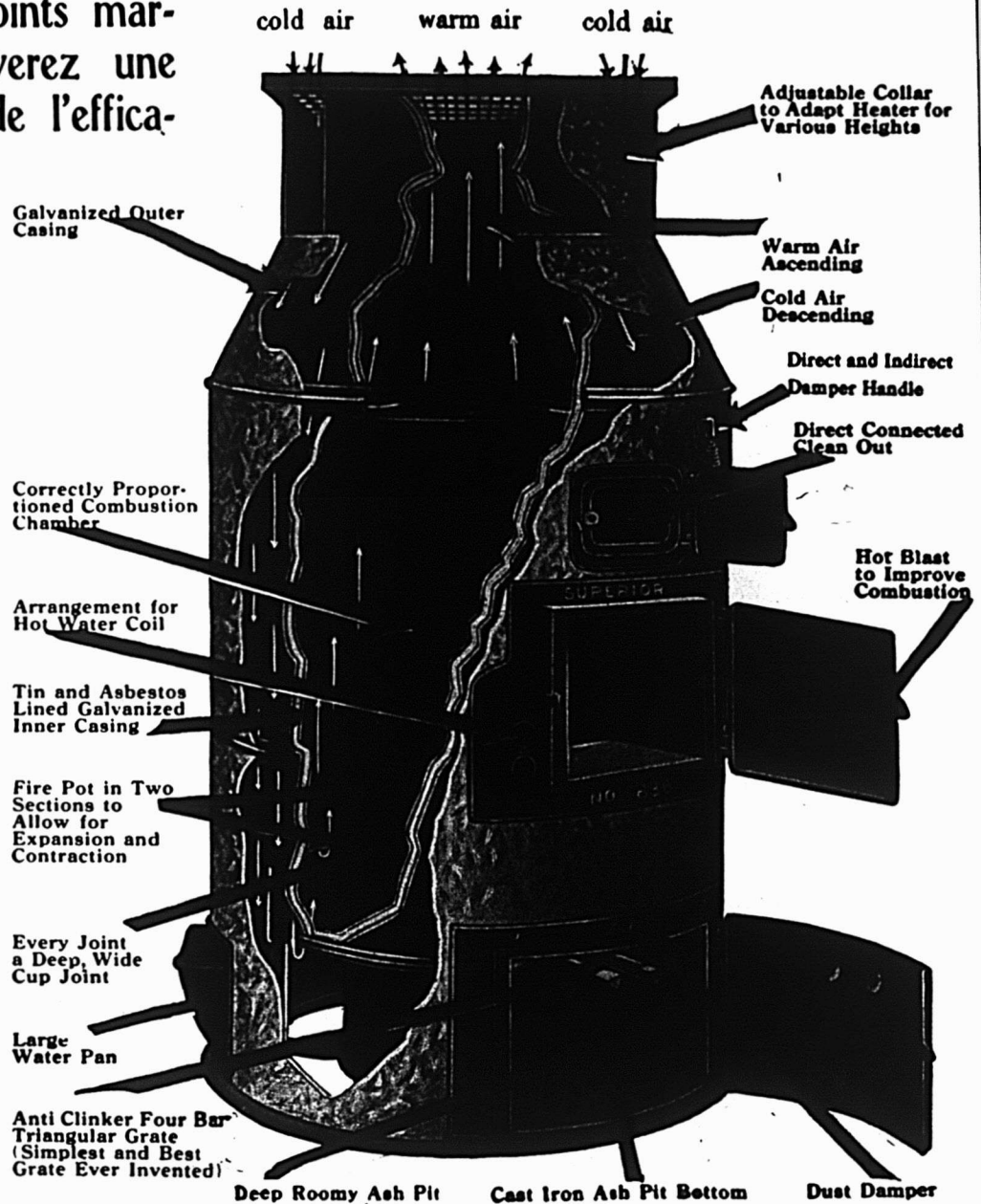
TORONTO,

WINNIPEG.

Pilote Supérieure sans Tuyau

Lisez cette liste de points marquants et vous trouverez une preuve convaincante de l'efficacité de la Pilote Supérieure sans tuyau. Facile et économique à installer; un seul trou à percer dans le plancher; pas de réseau de tuyaux; aspire l'air froid de la maison et y maintient l'air chaud; conserve les planchers chauds pour les enfants et la cave fraîche pour l'emmagasinage.

Recommandable, Digne de confiance, Hygiénique.



**Economisez 25% sur la
dépense de combustible**

The Hall-Zryd Foundry Company
LIMITED
HESPELER, - ONTARIO

La Pilote Supérieure sans tuyau chauffe la maison uniformément partout avec abondance de chaleur et économise 25 pour cent sur la dépense de combustible. Le confort et la commodité procurés par la Pilote Supérieure valent plusieurs fois son prix d'achat. Les détaillants trouveront que cette fournaise efficace est une ligne profitable à vendre.

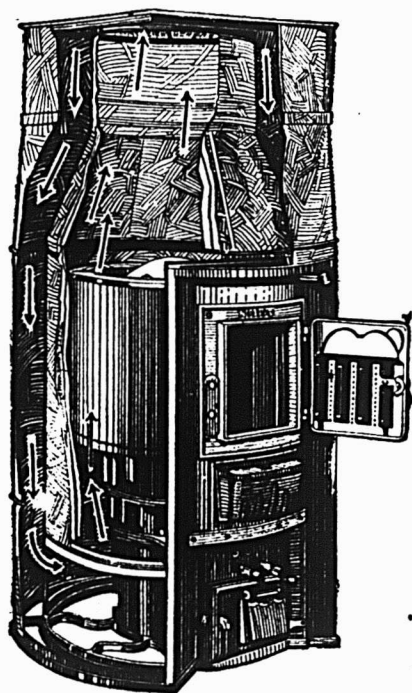
FOURNAISE MEILLEURE ET A PRIX PLUS BAS

Une fournaise à air chaud qui diffère entièrement des fournaises ordinaires. Elle est entourée d'une double cloison métallique: l'air chaud circule entre la fournaise même et la première cloison et l'air froid entre la première et la deuxième cloison. Grâce à la

BANNER PIPELESS FURNACE

on peut placer des légumes ou des fruits tout près de la fournaise sans les affecter, car la cave sera fraîche tandis que la partie habitée de la maison sera confortablement chaude.

Comme il n'y a pas de tuyauterie à adapter à cette fournaise elle peut être installée dans les vieilles constructions. Cette fournaise chauffe tous les appartements d'une maison sans qu'il soit nécessaire de pratiquer des ouvertures ou d'avoir des registres dans chaque chambre.



Economique comme coût d'installation — Economique comme coût de chauffage, la Banner Pipeless Furnace n'a pas d'égale. En plus

**ELLE COUTE MOINS CHER QUE LES
AUTRES**

**ELLE SE VEND \$175
ABSOLUMENT COMPLETE.**

UNE GARANTIE ABSOLUE de satisfaction est donnée avec chaque achat de fournaise Banner — pas de restrictions — pas de conditions exceptionnelles; satisfaction est donnée à l'acheteur ou son argent est remboursé.

**CE QUE DIT LA MATHEWSON HARD-
WARE, 734, rue Queen Est, Toronto:**

En réponse à votre lettre du 18 mars au sujet du succès de votre fournaise "Banner Pipeless", je dois vous dire que nous en avons installé 20 de différents modèles l'automne dernier — et quelques-unes étaient placées dans des maisons mal construites, mais chacune de celles que nous avons installées a donné la plus complète satisfaction à nos clients.

Chaque acheteur est un client satisfait et nous nous attendons à faire de grosses ventes de votre fournaise en 1921. La maison qui vend de vos fournaises ordinaires et de vos fournaises sans tuyauterie vend l'une des meilleures lignes de fournaises fabriquées au Canada.

(Signé)

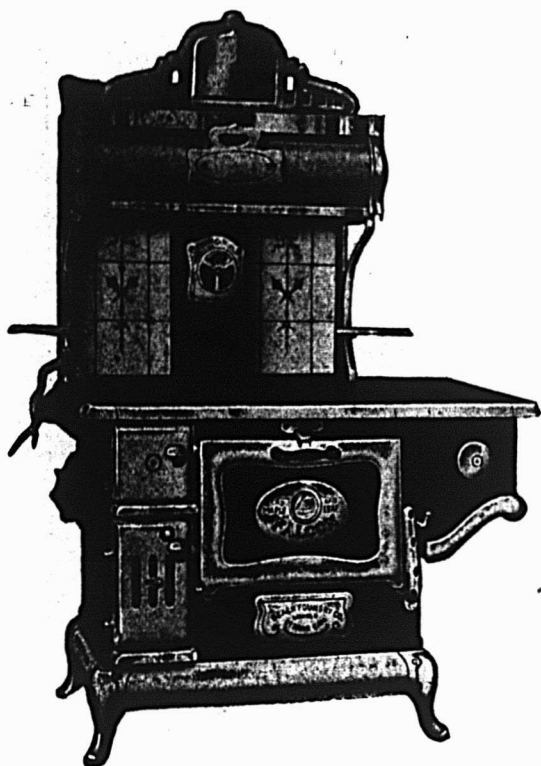
The Mathewson Hardware Co., Ltd.
Par George Mathewson.

Demandez notre circulaire descriptive.

The Galt Stove and Furnace Company., Limited

GALT, ONT.

Poêles de cuisine de cachet et de classe



"Falcon" Maple Leaf

La ligne de poêles de cuisine, poêles et fournaies Maple Leaf est vaste et variée — répondant à tout besoin connu et convenant à tous les goûts. Elle offre des possibilités de bénéfice sans égales au détaillant avisé.

Dans ces pages nous allons indiquer quelques-uns des principaux modèles.

Nous nous ferons un plaisir d'envoyer sur demande le catalogue illustré complet avec liste de prix.

"Falcon" Maple Leaf

C'est un poêle de cuisine qui forme une classe à part. Il possède toutes les améliorations et commodités possibles qu'une femme peut désirer. C'est un des poêles de cuisine les plus désirables et de vente rapide qui soient sur le marché aujourd'hui.

Il a une grille duplex durable — un vaste foyer avec côtes perpendiculaires—un registre direct à glissière—une plaque avant à clef élévatrice—il est d'un joli dessin avec d'épaisses garnitures en nickel uni.

Se fait en deux dimensions avec four de 18 pouces et 20 pouces. Le "Falcon" chauffe vite, uniformément et donne une cuisson et un rôtissage parfaits en tout temps.

Le poêle de cuisine "Pride" Maple Leaf

Ce poêle de cuisine a la faveur générale, à cause de sa construction durable et de sa valeur. Il a acquis une réputation enviable pour son rôtissage rapide et parfait et la liste des clients satisfaits est longue et va toujours en augmentant.

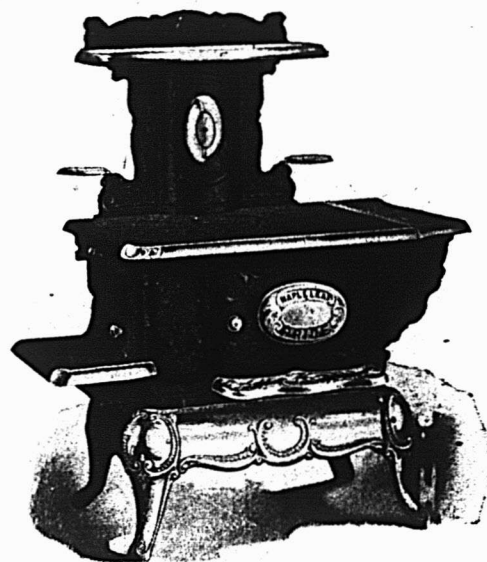
Il est construit d'une façon compacte,—joliment garni—grilles de foyer et dessus de construction standard—avec une base forte et des pattes qui donnent au "Pride" un aspect plaisant et solide.

Poêle de cuisine "Pride" Maple Leaf avec tablette élevée. Plusieurs genres de chauffe-plats et de tablettes à choisir.

NOTE.—Nous demandons des détaillants partout.

Le fabricant de poêles, poêles de cuisine et fournaies Maple Leaf avance partout par bonds et par sauts.

Nos détaillants sont répandus maintenant d'un océan à l'autre. Mais il y a encore de nombreux endroits où nous n'avons pas de représentant. Ecrivez-nous aujourd'hui pour obtenir les produits Maple Leaf pour votre localité.



"Pride" Maple Leaf

BEACH FOUNDRY LIMITED

Siège Social: **OTTAWA**

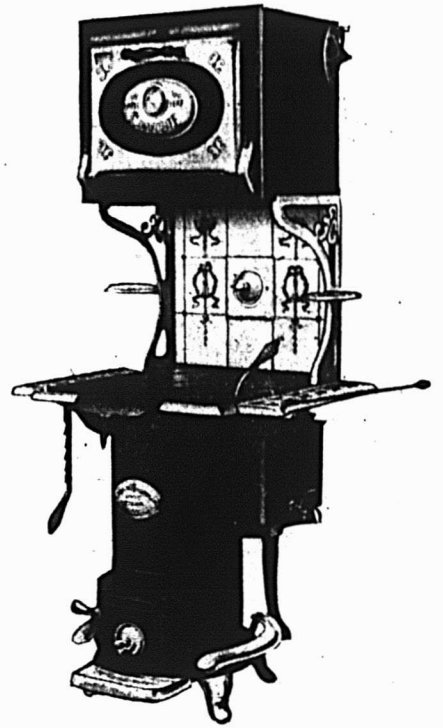
Succursales à **WINNIPEG et VANCOUVER**

Deux beautés—Uniques et extraordinaires

Dans la ligne Maple Leaf nous tendons toujours à la perfection. Nous ne sommes jamais satisfaits avant d'avoir trouvé l'appareil absolument le meilleur possible pour faire l'ouvrage spécial auquel il est destiné. A titre d'exemple voici deux poêles de cuisine Maple Leaf. Chacun d'eux est parfait dans son genre.

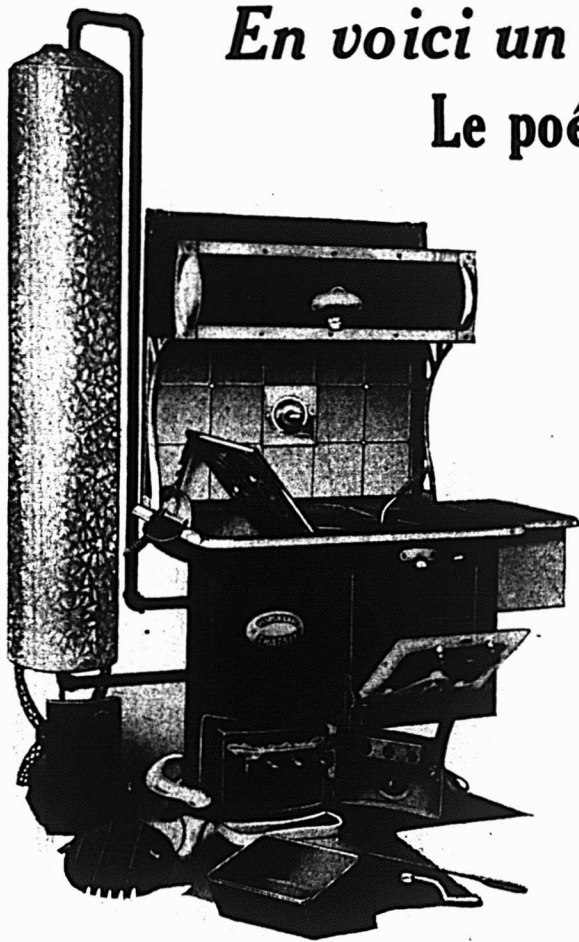
Le poêle de cuisine "Composite" Maple Leaf

Un poêle pour le chauffage, la cuisine et le rôtissage qui est le dernier mot de l'efficacité — possédant tous les points qui signifient qualité, économie et service. Il réunit les avantages de combustion parfaite de la fournaise "Québec" avec ceux d'un poêle parfait pour la cuisine ou la pâtisserie. Il économise la place, vous permettant de faire la cuisine de la famille sur la fournaise de la maison. Il brûle du bois ou du charbon.



En voici un Nouveau

Le poêle de cuisine "Thatsit" Maple Leaf



Voici notre dernier effort dans la combinaison d'une fournaise avec un poêle de cuisine. Il est coquet. Il est construit avec l'idée qu'une femme qui recherche absolument le meilleur poêle pour tout usage, dira immédiatement en le voyant "C'est cela". Il est basé sur la fournaise Québec, mais il a un dessus à 6 ronds comme un grand poêle. La dimension du dessus, sans compter le réservoir est de 23 x 33½. La répartition de la chaleur est contrôlée de façon que soit que la chaleur passe ou non dans le four, la feu soit obligé de passer en-dessous des six ronds. Le four a 13¼ x 11½ x 20 avec porte se rabattant, modèle équilibré à ressort—arrêt à friction—poignée ne chauffant pas et thermomètre. Le poêle est muni d'une crémaillère à grillade et d'une porte pour alimenter le foyer. La plaque de tôle sous le dessus s'étend sur le dessus du four. Réservoir en cuivre—avec ou sans chauffe-plats.

Le tuyau dans le four passe derrière le chauffe-plat et non au-travers de celui-ci, laissant aussi plus de place sur le dessus du poêle et plus de place sur la tablette du chauffe-plats.

Nous nous ferons un plaisir de vous envoyer plus de détails sur n'importe lequel de ces poêles de cuisine, poêles ou fournaises et serons également heureux de recevoir vos demandes d'information au sujet de n'importe quel article dans la ligne des poêles.

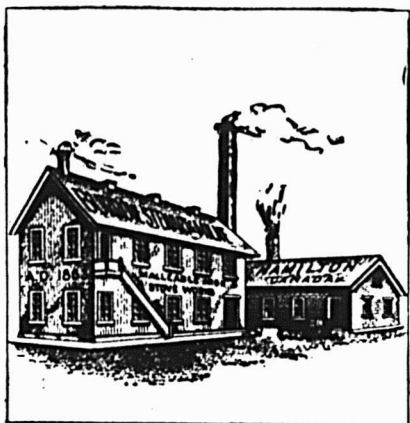
BEACH FOUNDRY LIMITED

Siège
Social: OTTAWA

Succursales à
WINNIPEG et VANCOUVER

C'est le Principe

qui a été la cause de cette expansion



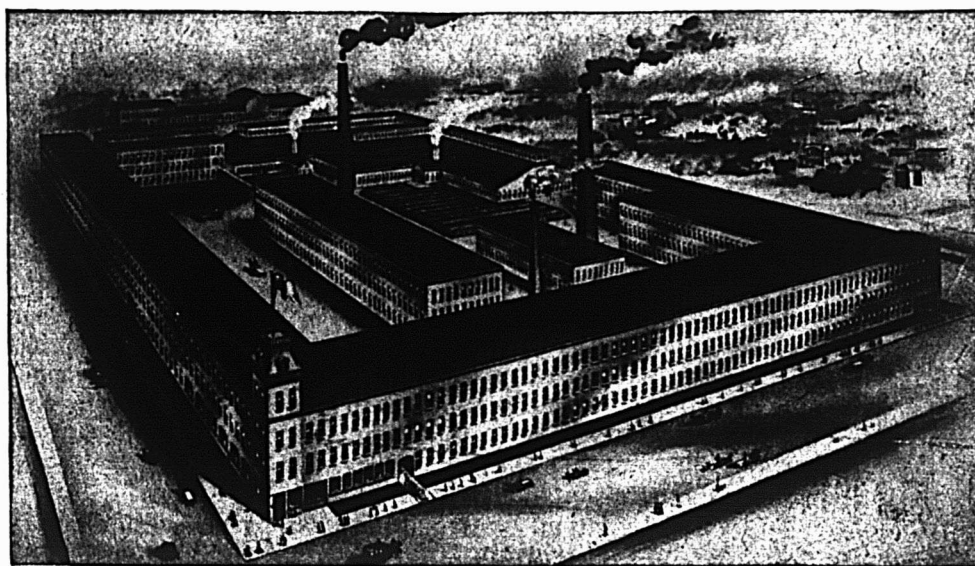
En l'année 1864



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

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

NOUS CHERCHONS A PLAIRE.



En l'année 1920

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

Nos **BALANCES Imperial Standard et Champion Jewel**

sont le fruit d'une longue expérience.

Notre fabrique est le foyer de mécaniciens experts.

Ecrivez pour avoir nos gros catalogues illustrés.

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

Représentant pour l'Est:

John R. Anderson, 36 rue Saint-Dizier, - - - Montréal, P.Q.

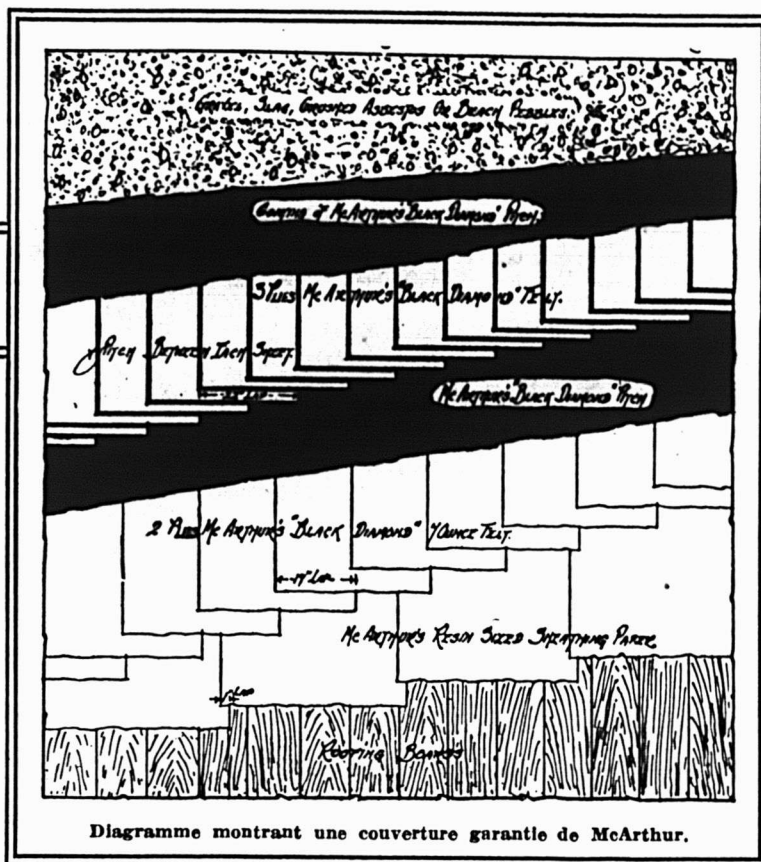


Diagramme montrant une couverture garantie de McArthur.

FONDEE

EN

1880

FONDEE

EN

1880

Plus de 41 ans de service satisfaisant a nos clients

Toiture Standard de McArthur

Toutes les surfaces plates doivent être couvertes comme suit:—

1°—Posez une épaisseur de papier de doublage résiné de McArthur, ou de feutre non saturé de McArthur, en recouvrant les feuilles au moins d'un pouce. Clouez les feuilles sur les planches du toit, simplement assez pour les tenir en place.

2°—Sur toute la surface, étendez deux épaisseurs de Feutre goudronné de sept onces "Black Diamond" de McArthur en faisant dépasser chaque feuille de dix-sept pouces sur la précédente et clouez aussi souvent qu'il est nécessaire pour tenir en place jusqu'à ce que le feutre restant soit posé. Faites monter les feuilles sur les coupe-feu et toutes les surfaces verticales d'au moins huit pouces, ou selon qu'il pourra être spécifié.

3°—Enduisez toute la surface uniformément avec la poix de goudron liquide "Black Diamond" de McArthur.

4°—Sur toute la surface, étendez trois épaisseurs de feutre goudronné "Black Diamond" de McArthur, laissant dépasser chaque feuille de vingt-deux pouces sur la précédente, enduisez de poix "Black Diamond" toute l'étendue des vingt-deux pouces de chaque feuille, de façon que nulle part le feutre ne touche le feutre. Pour maintenir le feutre en place, si l'on se sert de clous, ils doivent être recouverts d'au moins deux couches de feutre.

5°—Etendez sur la surface une couche uniforme de poix "Black Diamond" dans laquelle vous introduisez, pendant qu'elle sera chaude, au moins quatre cents livres de gravier sec, amiante broyée, ou pierre à toiture, pour chaque surface de cent pieds carrés.

Gravier—Le gravier doit être criblé, de façon à ce qu'aucun morceau n'excede 5/8" ou ne soit plus petit que 1/4". Il doit être sec et exempt de saleté ou de poussière. Pendant les froids il doit être bien chauffé et séché avant l'usage. L'amiante broyée, des déchets de scories, ou des cailloux de grève peuvent être employés.

Poix—La poix doit être la poix "Black Diamond" de goudron liquide de McArthur.

Alex. McArthur & Co. Ltd.

FONDEE EN 1880

82 Rue McGill, - MONTREAL, Canada.

Ecrivez pour avoir les prospectus.

Permettez-nous de vous présenter "OAKVILLE" la nouvelle

Quelques-unes des
particularités de la
Marmite "Oakville"
à pommes de terre
et à légumes

*Les
ustensiles "Oakville"
dépassent comme
durée tout autre
ustensile*

Faite pour répondre au désir de la ménagère Canadienne d'avoir une marmite à pommes de terre et à légumes qui soit faite en aluminium de haute qualité.

La nouvelle marmite "Oakville" à pommes de terre et à légumes a le bec soudé, proprement fini et fait en métal épais.

Chaque bec est garni d'une passoire qui facilite l'égouttage sans perte du contenu.

L'anse ajustable maintient le couvercle en place pendant l'opération de l'égouttage. Ne tombe pas sur le côté et ne vient pas au contact de la chaleur.

Ne peut pas brûler les mains avec la vapeur pendant l'égouttage.

Envoyez une commande d'essai aujourd'hui.

The Aluminium Ware

RICHARDSON & BUREAU, Agents, MONTREAL

la dernière addition à la ligne marmite à pommes de terre



Manufacturing Co., Limited
OAKVILLE, ONT.

LA CONSTRUCTION

ACTON VALE

2 écoles. Secrétaire trésorier de la Commission Scolaire: J. A. Decelles, St-André d'Acton. Entrepreneur général: A. Darie, St-Jérôme. Tous travaux à faire à la journée par l'entrepreneur général.

AYLMER

Bâtiments de ferme et dépendances à reconstruire par travaux à la journée. Propriétaire: Geo. N. Nash, Chemin d'Aylmer.

BIENVILLE

Collège \$40,000. Secrétaire trésorier de la commission scolaire: Henri Paré. Architecte: Lorenzo Auger, 39 rue St-Jean, Québec.

CAP DE LA MADELEINE

Résidence \$5,000, St-Valère, Pont St-Maurice. Propriétaire et constructeur: Henri Desaulniers, 268 avenue Williams, Trois-Rivières.

Résidence \$6,000, rue Dorval. Propriétaire: Dame Vve Damase Petit. Briques: Trottier, Villeneuve & Lacroix, rue Lejeune, Trois-Rivières.

Agrandissement de magasin de plomberie et résidence, rues Notre-Dame et Pont St-Maurice. Propriétaire et constructeur: A. Grégoire. Balance des travaux à faire à la journée par le propriétaire.

Couvent \$80,000. Propriétaires: Rév. Filles de Jésus. Architecte: Jules Caron, 21 rue St-Joseph, Trois-Rivières. Entrepreneur général: U. W. Rousseau, Cap de la Madeleine. Electricité: N. Montplaisir, Cap de la Madeleine. Plomberie: Massicotte & Frères. Acier: Eastern Canada Steel & Iron Works Ltd, avenue Lesage, Québec.

CHARLESBOURG

Noviciat \$150,000. Propriétaires: Rév. Pères Eudistes, Bathurst, N.B. Architectes: Robitaille & Robitaille, 203 rue St-Jean, Québec. Soumissions seront demandées vers le 19 avril.

CHICOUTIMI

Résidence \$4,000. Propriétaire: Armand Gravel. Construction en briques. Travaux doivent commencer prochainement.

Résidence \$3,500. Propriétaire et constructeur: J. E. A. Dubuc. Architecte: Alfred Lamontagne. Projet à exécuter cet été.

Résidence \$8,000. Propriétaire et constructeur: J. B. A. Dubuc, rue Price. Architecte: Alfred Lamontagne. Travaux doivent être entrepris en mai. Construction en pierre.

DESCHAMBAULT

Agrandissement d'ateliers. Propriétaire et constructeur: Clovis Naud.

DIXIE

Maison de club, \$450,000. Propriétaire: Montreal Golf Club. Président: W. R. Baker, 773 rue Sherbrooke Ouest, Montréal. Secrétaire trésorier: E. F. Waterhouse, Boîte postale 2349, Montréal. Architecte: Chas. J. Saxe, 364 rue Dorchester Ouest, Montréal. La Cie du Grand Tronc va faire placer une voie de raccordement pour la livraison des matériaux.

DORVAL ISLAND

2 résidences à l'étude. Propriétaire: R. M. Ballantyne, 3 rue St-Nicolas, Montréal.

GRAND'MERE

Maison pour visiteurs \$15,000. Propriétaire: Laurentide Co. Ltd, Surintendant: Geo. Cahoon Jr. Architecte: H. C. Perran, 44 rue St-Pierre, Trois-Rivières.

Transformation d'une succursale de banque, \$7,500. Propriétaire: La Banque Nationale, rue St-Pierre, Québec. Architecte: Pierre Lévesque, 115 rue St-Jean, Québec. Entrepreneur général: Jos. Gosselin Ltée, 85 rue Dalhousie, Québec.

KATEVALE

Magasin. Propriétaire et constructeur: Jules L'Heureux. Propriétaire demande immédiatement prix pour tous matériaux et quantité de vitres.

LA BAIE

Résidence \$5,000. Propriétaires et constructeurs: Proulx & Frères. Construction lambrissée en briques. Tous travaux à faire à la journée.

LACADIE

Grange. Propriétaire: Henri F. Deland. Architecte: Xavier Degogne. Construction en bois, ciment et béton.

LACHINE

Magasin & Résidence \$25,000, rue Notre-Dame. Propriétaire et constructeur: J. Théorêt, 46, 14ème avenue. Architectes: Cardinal & Beauchamp, 26 rue St-Jacques, Montréal. Peinture: A. Jolicoeur, 235, 8ème avenue, Lachine. Tuiles: E. Lepage, 34 rue St-Vincent, Montréal.

Cottage. Propriétaire: H. R. Patterson, 138, 51ème avenue. Architectes: Cardinal & Beauchamp, 20 rue St-Jacques, Montréal. Entrepreneur général: Donat Sutherland, 101, 56e avenue, Lachine. Peinture par le propriétaire. Tous travaux à faire à la journée par l'entrepreneur général. Pas de matériaux requis.

MONTREAL

Résidence (4 flats) \$7,000, 1ère avenue, Rosemont. Propriétaire et constructeur: Jos. Perron, 395 1ème avenue, Rosemont. Reçoit soumissions pour plâtrage, toiture et plomberie et demande prix pour tous matériaux.

Réparations à théâtre: Propriétaire Dominion Theatre, avenue Papineau. Gérant: M. N. Lawand. Architecte: R. Gariépy, 54 rue Notre-Dame Ouest. Décorations et chambres de toilette à faire à la journée. Contrat à accorder pour système à eau chaude. Marquise Gravel Co., 255 rue Craig Ouest.

Résidence \$1600 rue Bennett. Propriétaire et constructeur: Geo. Ouellette, 149 Bld Pie IX. Tous travaux à faire à la journée. Achat des matériaux suivant les besoins.

OUTREMONT

Garage \$6,000 avenue de l'Épée. Propriétaire et constructeur: P. Guidazio, 824 avenue Champagnour.

3 résidences \$10,000, avenue de l'Épée. Propriétaire: J. Mallette, 251 rue Bellechasse.

Cottage \$35,000 avenue Davaar. Propriétaire: C. E. Gravel, 50 rue Notre-Dame Ouest, Edifice Duluth, Montréal. Architecte: J. Perreault, 2100 avenue du Parc, Montréal. Entrepreneurs généraux: Maroël & Duquette, 2200 rue Waverly, Montréal. Entrepreneurs généraux demandent soumis-

sions pour toiture, plomberie et peinture et demandent prix pour tous matériaux. Tous autres travaux à faire à la journée.

Maison à appartements. Propriétaire: A. Brossard, Architecte: R. Charbonneau, 194 Parc Georges-Etienne-Cartier, Montréal. Soumissions doivent être demandées sous peu.

PHILIPSBURG

Eglise Architecte: J. O. Turgeon, 55 rue St-François-Xavier, Montréal. Soumissions reçues par architecte sans date de clôture.

POINTE-CLAIRE

Maison de club \$30,000. Propriétaire: Pointe-Claire Boating Club. Architecte: H. Vallance, 128 rue Bleury, Montréal.

POINTE DU LAC

Bungalow \$5,000, Chemin National. Propriétaire: J. O. Lecours, Trois-Rivières. Architectes: Asselin & Denoncourt, 136 rue Notre-Dame. Entrepreneur général: J. L. A. Lemire, 40 rue Alexandre. Electricité: Geo. Duford, aux soins du propriétaire.

Bungalow \$5,000. Propriétaire: J. A. Manseau, Trois-Rivières. Travaux à faire à la journée.

QUEBEC

Agrandissement de résidence \$4,000. Propriétaire: L. Moreau, 257 rue St-Jean. Entrepreneur général: P. H. Mathieu, L'Ange Gardien, Comté de Montmorency. Construction en brique à 1 étage. Toiture en gravois.

Dispensaire anti-tuberculeux \$80,000, rue de la Couronne. Propriétaire: Conseil Municipal. Maire: Jos. Samson. Greffier: H. J. J. B. Chouinard. Architecte: J. B. Pinsonnault. Soumissions doivent être demandées vers le 15 avril.

ROXTON FALLS

Moulin à scie (système à vapeur). Propriétaire et constructeur: V. Larivière. Construction briques et béton.

ST-EDOUARD DE FABRE

Agrandissement et réparations générales de l'église \$8,000. Secrétaire trésorier de la paroisse: J. L. M. Turcotte. Soumissions reçues par le secrétaire trésorier sans date de clôture.

ST-HYACINTHE

Ecole technique \$100,000, rues Rosalie & Richer. Propriétaire: Commission de l'Ecole Technique. Architecte: G. René Richer, 240 rue Girouard. Président: Louis Augustin, 106 rue St-Michel. Secrétaire: M. A. David, 31 rue Ste-Anne.

Couvent \$300,000. Propriétaire: Couvent de la Présentation de Marie. Architecte: Chas. Bernier, 70 rue St-Jacques, Montréal. Entrepreneur général: Uldric Boileau, 312 rue Fabre, Montréal. Tous les sous-contrats seront accordés sous peu par l'entrepreneur général.

ST-JEROME

Succursale de la Banque d'Hochelega. Architecte: O. Deguise, Banque d'Hochelega, rue St-Jacques, Montréal. Soumissions reçues par l'architecte sans date de clôture. Plans et spécifications chez l'architecte.

ST-JOVITE

Garage public \$4,000. Propriétaire et constructeur: V. Grenon. Tous travaux à faire à la journée. Construction bois et briques.

Toitures, Ciments,
Peintures Industrielles,
etc.,
Barrett

LE nom de "Barrett" sur n'importe quel produit est la marque d'identité d'un article de qualité. Les produits Barrett sont de vente rapide parce qu'ils assurent la satisfaction du client. Les produits décrits ci-dessous sont le résultat de longues années d'expérience dans la fabrication et chacun d'eux est le meilleur produit qui soit sur le marché pour son usage particulier.

Notre publicité dans les principaux journaux et publications annonce à votre clientèle que la marque de fabrique de Barrett est toujours un sûr garant de confiance.



**Ciment Liquide à Toiture
Everlastic**

Sans égal pour restaurer les vieilles toitures en feutre ou caoutchoutées. Il a la consistance de la méléasse épaisse. Il est facile à appliquer et sèche rapidement en une couche dure, élastique et extraordinairement durable. A l'épreuve de la moisissure, des acides, alcalis et fumées. A la même base que le "Specification Pitch" de Barrett qui est fameux par ses qualités imperméables. Se vend prêt à l'usage en emballages allant de la boîte d'une pinte au baril de 40 gallons.

**Couverture Caoutchoutée
Everlastic**

C'est la toiture en rouleaux d'une haute qualité exceptionnelle à prix populaire. Elle est faite de matériaux imperméables de la plus haute qualité et elle donnera à vos clients la même satisfaction certaine que celle qu'elle donne à des milliers de gens dans toutes les parties du Dominion.

Il y a un grand marché dans toutes les localités pour cette toiture, et ces dernières années ses ventes ont augmenté énormément.

La Toiture caoutchoutée Everlastic se fait en 1, 2 et 3 doubles par rouleaux de 108 pieds carrés. Les clous et le ciment se trouvent dans chaque rouleau.



Un bâtiment de ferme modèle montrant l'effet obtenu après l'emploi de la toiture caoutchoutée "Everlastic".

WINNIPEG VANCOUVER
HALIFAX, N. S.

The **Barrett** Company
LIMITED

MONTREAL TORONTO
ST. JOHN, N. B.

Community Plate

Cet écriin de 26 pièces se vendra bien



Cet écriin de luxe de 26 pièces avec le nouveau modèle Grosvenor est spécialement adapté aux conditions de vente du moment. Il est garni du service d'argenterie le plus pratique et le plus avantageux pour le prix.

Il contient: 6 cuillères à thé, 6 couteaux à dessert manche creux, 6 fourchettes à dessert manche plat, 6 cuillères à dessert, 1 couteau à beurre, 1 pelle à sucre.

Toutes ces pièces se vendent facilement. Toutes les ménagères en font un usage constant et personne ne peut s'en passer.

Vous pouvez vendre ces pièces une à une — ou l'écriin complet comme cadeau de nocés, ou à des nouveaux mariés.

L'Ecriin, avec son superbe intérieur bleu, fait ressortir la beauté de l'argenterie — il attire l'attention — et il fera l'ornement de votre comptoir ou de votre vitrine. Dans chaque écriin se trouve une belle carte avec la liste du

contenu et le prix de chaque pièce. Cet écriin de luxe se vendra bien, vous pouvez y compter.

Faites vos commandes tout de suite. Préparez-vous pour les affaires du mois de mai et du mois de juin.

VOYEZ L'ANNONCE dans la CANADIENNE pour MAI

ONEIDA COMMUNITY, LIMITED
Niagara Falls - - - - - Ontario

BIJOUTERIE - HORLOGERIE

L'AMENDEMENT A LA LOI DU POINÇONNAGE

Tout un émoi a été créé dans le commerce de la bijouterie le mois dernier par l'introduction d'une loi au Sénat à Ottawa pourvoyant à un amendement à la Loi du Poinçonnage de l'Or et de l'Argent, par lequel un poinçonnage de qualité sera permis sur les articles plaqué-or ou plaqué-argent. Le fait qu'une telle loi a été l'objet de deux lectures alors qu'il n'y avait que quelques membres du commerce à en connaître la portée a créé un sentiment défavorable d'autant que l'impulsion vint d'une firme étrangère au Canada qui a récemment établi une succursale dans notre pays. Il semble qu'avec une association bien établie, un effort aurait dû au moins être fait pour obtenir une expression d'opinion du commerce en général avant d'établir et de faire passer un amendement aussi important.

Les différentes associations furent informées par des circulaires de la C. N. J. A., et il devint évident très rapidement que le commerce était opposé au changement proposé. Les manufacturiers de Toronto passèrent une résolution sévère et l'exécutif du district de Montréal de l'Association fit de même dans les termes suivants: "Cette Association décide qu'il soit demandé au Sénat de ne pas autoriser d'amendement à la présente Loi du Poinçonnage, car cela provoquerait la fraude et ne servirait pas à de bonnes fins et compliquerait sans nécessité les conditions dans cette branche du commerce de bijouterie."

La question fut soulevée à l'assemblée de l'exécutif de la C. N. J. A. et fut discutée tout au long. Lorsqu'il devint apparent que l'opinion était nettement contre l'amendement, M. A. H. Levy présenta une lettre de la compagnie appuyant cette législation, justifiant sa position, mais disant qu'il n'avait pas d'objection à supprimer la loi sans préjudice à une action future, si le sentiment du commerce était adverse. L'offre fut acceptée dans l'esprit où il était présenté, avec une expression de remerciements pour le désir évident de conserver l'harmonie dans le commerce et de ne pas soulever une controverse qui pourrait causer du tort à l'Association. Avec cet heureux présage, on pouvait penser que la discussion était close. On vit plus tard, cependant, que le sénateur M. Lynch-Staunton avait décidé d'activer la passation de la loi devant le Sénat.

DES ETALONS DE QUALITE

Un des plus importants points discutés à la récente convention des bijoutiers de Winnipeg fut la brève discussion sur la vente des articles de qualité par le bijoutier

de détail. Il fut déclaré incidemment que le standard des marchandises tenues par le détaillant en général s'était élevé considérablement pendant ces dernières années. Cette déclaration fut appuyée par un manufacturier en vue qui dit que sa firme avait pratiquement discontinué les lignes bon marché parce qu'elle s'était rendu compte que le commerce désirait des articles meilleurs. Un autre orateur prétendit que l'élévation des "standards" était due au progrès du mouvement de l'Association au Canada, mais que le crédit en aille ou non à la C. N. J. A., le fait demeure qu'une avance bien marquée a été notée et que le commerce de bijouterie au Canada est établi aujourd'hui sur un meilleur étalon de qualité que jamais.

L'expérience a plus que démontré que le bijoutier détaillant doit offrir des articles de qualité s'il veut faire de son commerce un gros succès. Pendant l'excitation provoquée par la récente taxe de luxe, on parla beaucoup du handicap du bijoutier en raison du fait que le pharmacien, le quincaillier et le magasin d'articles pour hommes tenaient des articles dont la vente revenait à proprement parler au magasin de bijouterie. Mais la plupart de ceux qui se plaignirent ainsi oublièrent le fait qu'il n'y avait pas de concurrence véritable entre eux et les autres magasins. C'est le rôle du bijoutier d'engager ses clients à acheter des "cadeaux qui durent", des articles de valeur réelle qui leur donnent non seulement du service mais aussi qui leur procurent un véritable plaisir. Le bijoutier, en se spécialisant, peut prétendre à cette réputation de vendeur d'articles de qualité, et c'est là un attribut qu'il ne devrait pas manquer de mériter.

UN CONFLIT D'OPINIONS

Une situation peu ordinaire a été créée relativement à l'importation des marchandises au Canada sous l'item 1209 du tarif. Cet item prévoit la prohibition d'entrée au Canada de "tout article, manufacturé dans tout Etat ou pays étranger, qui porte un nom ou une marque de commerce qui est, ou tend à montrer le nom ou la marque de commerce d'un manufacturier, marchand ou négociant du Royaume-Uni ou au Canada ou de tout autre pays anglais, à moins que ce nom ou cette marque de commerce ne soit accompagnée d'une indication bien nette de l'Etat ou du pays étranger dans lesquels les marchandises ont été faites ou produites".

Il est entendu que le commissaire des douanes à Ottawa a passé un règlement à l'effet que les manufacturiers américains aient l'autorisation d'expédier au Canada, sous

(à suivre à la page 66)



Les ficelles à lier Marque "Maple Leaf" de Brantford, réputées en Canada

SONT reconnues comme SANS EGALLES parmi les produits de ficelle dans toutes les parties du monde. Si ce n'était là qu'une simple affirmation, elle n'aurait aucune valeur, mais elle est confirmée par des centaines de milliers de marchands et de cultivateurs de grains qui certifient le fait que les MARQUES "MAPLE LEAF" sont positivement sans égales pour LA LONGUEUR, LA SOLIDITE, L'UNIFORMITE, L'ASPECT GENERAL, LA PLEINE VALEUR et la SATISFACTION POUR LE PRIX. De plus, nos produits ont derrière eux près d'un demi-siècle d'expérience, pendant lequel notre souci constant a été non seulement de rechercher la confiance et la considération de nos clients par des méthodes commerciales honnêtes et équitables, mais encore de conserver et d'améliorer les meilleurs procédés connus pour la production des ficelles à lier du plus haut degré de qualité. Comme preuve que notre ambition a été pleinement réalisée, nous soumettons l'énorme accroissement et le développement extraordinaire de nos affaires en concurrence directe avec les fabricants de ficelles à lier du monde entier, ayant nécessité de temps à autre des agrandissements de nos usines jusqu'à arriver à avoir aujourd'hui une production annuelle de 10,000 tonnes, ce qui est la production la plus importante qu'ait aucune usine Canadienne et de nouveaux agrandissements seront nécessaires pour répondre à la demande rapidement croissante pour notre qualité. De gros acheteurs dans toutes les régions de la culture du grain où les ficelles à lier de Brantford ont été introduites, les ont trouvées des plus satisfaisantes à tous points de vue, et si vous ne connaissez pas encore ce fait, cela vous paiera de vous faire connaissance avec nous et avec notre ligne. Nous sommes prêts à satisfaire vos besoins en ficelles à lier par grosse ou petite quantité. Ecrivez-nous pour avoir échantillons et cotations. Nous sollicitons la comparaison avec d'autres ficelles. Nous avons vaincu la concurrence parce que nous l'avons dépassée en qualité. Nous nous sommes spécialisés dans les ficelles à lier et en avons fait notre étude spéciale. Nous soumettons toutes les fibres à un traitement spécial pour les rendre inattaquables par les insectes.

DEMANDEZ CATALOGUE ET LISTE DE PRIX.

CORDES ET CORDAGES EN TOUS GENRES.

The Brantford Cordage Company, Limited

Les plus grands manufacturiers de ficelles à lier de l'Empire Britannique.

BRANTFORD, CANADA.

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

EN GROS SEULEMENT

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

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

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

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

L. H. Hébert & Cie,

LIMITÉE

IMPORTATEURS

297 et 299 rue Saint-Paul,

Montréal

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

LA BONNE PEINTURE RAPPORTE PROFIT

Il se peut que l'on fasse de l'argent une fois avec une ligne inférieure, mais, pour donner satisfaction à votre client, et afin qu'il vous demeure fidèle, vendez-lui le produit qui justifie tout ce que vous en avez prétendu.

Remplissez vos tablettes de peinture

RAMSAY

"La Peinture appropriée pour peindre convenablement."

A. RAMSAY & SON COMPANY,

Fabricants de Peinture et Vernis depuis 1842.

MONTREAL

Toronto

Winnipeg

Vancouver

(3)

VITRERIE

Le verre à vitre belge nous arrive en quantités et nous pouvons vous établir des prix très intéressants soit pour livraison immédiate ou pour vos importations du printemps.---Nous avons aussi en stock ou manufacturons: glace, glace biseautée, miroir, verre plombé armé ou prismatique.

Ecrivez, télégraphiez ou téléphonez pour connaître nos prix.

HOBBS MANUFACTURING
COMPANY, Limited

MONTREAL,

LONDON,

TORONTO,

WINNIPEG.

Ventes d'ustensiles en Aluminium



Bouilloire
Capacité 6-10-16 chopines.

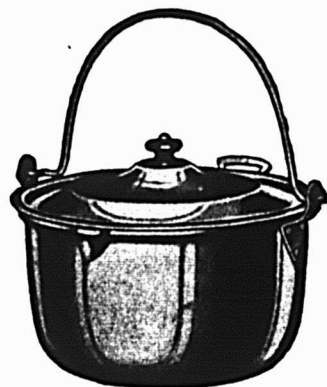
Les articles en magasin qui attirent l'attention et sont pratiquement des vendeurs muets sont le plus grand appoint pour un magasin.

LES USTENSILES DE CUISINE EN ALUMINIUM VERIBEST

par leur très beau poli et leur forme unique, jointes à l'utilité et au service de chaque article ont atteint ce but.

Une commande d'essai prouvera leur valeur.

Ecrivez pour avoir le catalogue illustré et la liste de prix.



Casseroles à pommes de terre, anse avec arrêt.
Capacité 12-16 chopines.

VERIBEST ALUMINUM CO. OF CANADA

78 Rue Duchesse

Toronto, Ont.

LA FORCE D'UNE HACHE
RESIDE DANS SON MANCHE.

STILL

vous procure un outil de travail plus solide car les MANCHES DE STILL sont faits avec les meilleurs des bois canadiens.

La vente des

Manches de Still

surpasse de beaucoup celle des autres marques.

Il y a une raison.

Manches de hache, de pic, de masse et de marteau. Manches Cant Hook and Peavie. Cela paie de vendre les Still

J. H. STILL-MFG. CO.,

ST THOMAS

ONTARIO

Papiers Peints STAUNTON

Tous nos modèles sont en 22 pouces de large. Cette uniformité idéale de largeur permet un bien meilleur développement des dessins de sorte que ces papiers excellent par leurs qualités attrayantes, qu'ils se vendent plus rapidement et inclinent beaucoup plus de gens à retapisser leur demeure.

Nouveaux dessins à effets de cretonne, d'Indienne, de tapisserie, de rayures ou unis dans une variété extraordinaire de beauté exquise. Toutes les qualités de papiers peints sont représentées depuis les articles les meilleurs marché jusqu'aux spécialités du plus beau choix. Bordures droites ou découpées, dans toutes les dernières nouveautés.

LES PAPIERS "SEMI-ROGNES" de STAUNTON. La moitié de ces papiers est partiellement séparée et est facilement enlevée rien qu'en frappant le bord du rouleau sur la table, laissant le papier exactement et parfaitement rogné. Ces papiers épargnent du temps et du travail, sont faciles à poser et suppriment la moitié des coûts qui accompagnent ordinairement la pose du papier.

Nous vous invitons cordialement à correspondre avec nous.

STAUNTONS LIMITED

FABRICANTS DE PAPIERS-PEINTS
TORONTO

Salles de ventes à Montréal: Chambre No 810
Edifice Mappin & Webb, 10 rue Victoria.

D. D. McARTHUR.



Condulets



Conduit Fittings



Wiring Devices



Square D Safety Switches



Flashlights



Lighting Fixtures



Electric Signal Apparatus



Marques de Fabrique représentant des produits de Qualité

CELA nous procure une véritable satisfaction d'être associés aux compagnies représentées par ces marques de fabrique bien connues.

Chacune de ces marques de fabrique indique un produit de qualité de tout premier ordre qui a depuis longtemps établi sa valeur partout où se font des travaux électriques.



Electrical Apparatus



Wiremold & Fittings



Switchboard & Protective Fittings



Control Apparatus



Wiring Devices



Northern Electric Company LIMITED

MONTREAL	OTTAWA	WINDSOR	CALGARY
HALIFAX	TORONTO	WINNIPEG	EDMONTON
QUEBEC	HAMILTON	LONDON	REGINA
			VANCOUVER



Wiring Devices



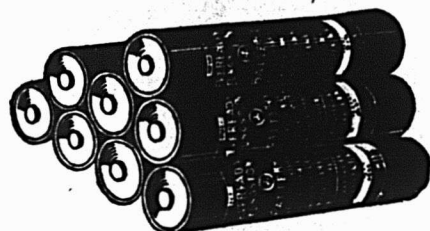
Shawmut Fuses

Multipliez vos ventes de 1921



La vente d'une lampe de
poche Eveready

(plus)



Les Batteries
que le client usent
(égalent)



Le total des affaires
résultant d'une simple
vente

LA vente d'une lampe de poche à un client marque le commencement d'une série croissante de profits. Elle est le début d'une demande continue de Batteries Eveready; elle fait revenir l'acheteur de lampe de poche à votre magasin, vous donne l'opportunité d'en faire un client régulier et aussi de lui vendre d'autres marchandises.

Exposez la ligne de façon attrayante et voyez comme vos ventes vont grossir.

Fabrication Canadienne pour le Commerce Canadien.

**CANADIAN NATIONAL CARBON CO.,
Limited,**

TORONTO et WINNIPEG.

EVEREADY

Batteries et Lampes de Poche

LE PRIX COURANT

BUREAU DE MONTREAL:

198, rue Notre-Dame Est.
Téléphone: Main 3272.

ABONNEMENT:

Canada \$3.00
Etats-Unis \$3.50
Union Postale \$4.00

Circulation assermentée et auditée par
"Audit Bureau of Circulations"

JOURNAL HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie,
Assurance, Etc.

EDITEURS:

La Compagnie de Publication des
Marchands-Détaillants du Canada,
Limitée.

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.

Toute année commencée est due en entier.

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

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

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

"LE PRIX COURANT",
Montréal.

Fondé en 1887

MONTREAL, vendredi 15 avril 1921

Vol. XXXIV—No 15

LE COMMERCE DE QUINCAILLERIE

"Les prix ne subiront pas de baisse très sensible" dit M. J. A. Frazer. de la maison "Lewis Bros. Limited"

Selon l'opinion que s'est formé notre représentant, d'après les diverses interviews qu'il a données aux marchands de gros de Montréal, le prix dans le commerce de quincaillerie ne sont pas appelés à subir de baisse subite.

Voici ce que nous disait, à ce sujet, M. J. A. Frazer, gérant de la Maison Lewis Bros. Ltd: "Les marchands, dans tout le pays, ont évidemment arrêté que les prix ne subiront pas une baisse sensible, car non seulement nous avons constaté une augmentation dans le nombre de commandes, mais ces dernières ont encore augmenté en volume, ce qui indique qu'on est en train d'augmenter le stock et de compléter dans une large mesure, l'assortiment de marchandises nécessaire, ce qui ne s'était pas vu depuis plusieurs mois".

La raison que l'on peut donner de ce changement d'attitude c'est que l'on comprend qu'il faut créer chez l'acheteur l'impression favorable que les affaires vont bien.

"Il faut, nous disait un homme d'affaires en vue, mettre tout en oeuvre pour faire fonctionner comme il faut la grande machine du commerce. Pour cela il ne faut pas craindre d'employer tous les moyens honnêtes à notre disposition. Et le fait de donner à la surface du commerce le vernis convenable qui lui donnera une apparence attrayante est un de ces moyens.

Voici comment s'exprime à ce sujet M. Fraser:

"Il est évident qu'un marchand qui possède en stock

un article pour lequel la demande se fait sentir, s'il parvient à vendre cet article, non seulement réalisera un profit sur cet article en particulier, mais créera l'impression qu'il est un excellent homme d'affaires progressif."

Nous comprenons bien, et nous l'avons souvent répété dans notre journal, qu'il ne faut pas mettre dans le renouvellement de son stock, autrement dit dans ses nouveaux achats, une exagération préjudiciable. La prudence qui est de mise en toutes choses, doit être respectée surtout à l'époque d'incertitude que nous avons traversée.

Quoique tout semble vouloir se stabiliser, quoique le commerce de quincaillerie, moins que tout autre, n'ait à craindre de chutes retentissantes, il ne faut pas croire qu'il faille se lancer à bride abattue dans la voie des commandes nombreuses et volumineuses.

Le fait, comme nous l'assure M. Fraser, que les marchands de tout le pays semblent ne plus redouter de crise en donnant des commandes plus nombreuses, n'indique pas que nous devons nous départir de la ligne de conduite sage que les ravages de la guerre nous ont enseignée si brutalement.

Ce fait marque simplement un regain d'activité dans le commerce de quincaillerie et c'est bien tant mieux.

La machine du commerce en cette ligne avait besoin d'activité et le plus tôt l'on contribuera à lui donner le mouvement normal, le mieux ce sera.

En paquets de $\frac{1}{11}$ lb.
15c
En boîtes métalliques d'une $\frac{1}{2}$ lb. **80c**

ROYAL NAVY

Tabac
à Fumer
haché [cut plug.]

La mentalité d'un marchand.

Nous ne saurions trop insister sur l'idée que nous venons de développer trop rapidement. Voici un fait que nous racontait hier, M. Frazer, qui, il y a quelque temps faisait la rencontre d'un marchand, à son magasin même:

"Il y a quelques jours, nous disait M. Frazer, je conversais avec un marchand qui disait que les prix de ferronnerie allaient baisser et que, pour cette raison, il ne voulait pas acheter davantage. Pendant les dix minutes que dura notre conversation, trois clients se présentèrent à lui, et lui demandèrent certains articles qu'il ne put leur procurer. Il ne les avait pas en stock.

Pouvez-vous vous imaginer combien de temps ce marchand pourra demeurer en affaires, s'il continue à suivre ainsi cette étroite politique? Je lui suggérai donc ceci: si vous achetiez en petite quantité suffisante pour tenir votre stock en bonne condition de telle sorte, que vous puissiez pouvoir répondre à la demande courante—et cela malgré la baisse possible dans les prix, croyez-vous que le volume de votre stock serait très affecté et que vous ne vendriez pas avec un profit quelconque vos marchandises plutôt que de laisser échapper un client?

Mon marchand réfléchit pendant quelques minutes et conclut que ma suggestion après tout n'était dictée que par le bon sens et alors il me donna une commande substantielle."

Ce fait typique explique parfaitement notre pensée. Remarquons que dans ce cas le vendeur en gros ne cherche pas à induire le marchand en erreur. Il comprend qu'il ne sert de rien de compliquer les choses qu'une grosse commande fait souvent plus de tort qu'une petite bien placée et à laquelle le marchand pourra faire face.

L'important, encore une fois, c'est que les affaires, en reprenant leur cours s'appuyent sur une base solide, sans quoi nous courons grand risque de revenir aux perturbations qui se sont produites pendant la guerre et les mois qui la suivirent.

Situation générale.

La situation générale semble bonne. Bien que certains articles accusent encore quelques variations, on peut dire qu'il n'y a pas de coups de foudre à craindre dans le firmament du commerce de quincaillerie.

M. P. Paradis, manufacturier de poêles bien connu, nous disait "qu'il existe encore certaine nervosité chez l'acheteur, mais selon lui cette nervosité tout en n'étant pas générale ne saurait être de longue durée."

"On sent partout, ajoutait-il, le besoin que les affaires reprennent leur cours normal. Il se dégage de mes relations avec le monde d'affaires, une atmosphère de bien-être que nous n'avions pas constatée depuis longtemps. Bien que tout le monde admette que le commerce du fer et de l'acier ait pris du temps à se réveiller, cependant l'assurance que nous avons de ne plus avoir à souffrir de dégringolade suffit à mettre de la bonne humeur dans le monde des acheteurs.

LES PREVISIONS POUR L'INDUSTRIE DES PNEUS AUX ETATS-UNIS S'AMELIORENT

Le 1er octobre 1920, les stocks de pneumatiques aux mains des manufacturiers et des marchands des États-Unis, s'élevaient à environ 11,000,000. La production depuis lors n'a probablement pas dépassé 20% de celle du début de 1920, soit environ 28,000 pneumatiques par jour environ. Le taux des ventes de pneumatiques pendant les cinq derniers mois et demi, bien que favorablement influencé par une température d'hiver anormalement douce, a été en moyenne de 1,600,000 pneus seulement par mois. A présent, les stocks en mains doivent s'élever probablement à environ 6,000,000 de pneumatiques. Il y a donc une amélioration évidente dans la situation du stock. L'industrie des pneumatiques, dans l'ensemble, a liquidé fortement. Les inventaires ont été réduits notablement, les salaires ont été abaissés, les forces de vente renouvelées, et en général, la fabrication et la vente ont été placées sur une base beaucoup plus solide.

Malgré cette amélioration l'industrie américaine des pneumatiques n'est pas encore en pleine voie de prospérité. Sa fortune est intimement liée à celle de l'industrie de l'automobile et à celle du commerce en général. Une amélioration transcendante dans l'industrie en général n'est pas certaine immédiatement, particulièrement dans l'industrie de l'automobile.

Les ventes de pneumatiques aux manufacturiers pour de nouveaux automobiles continueront cette année à être au-dessous de la normale. Les remplacements de pneus par les propriétaires d'autos usagés se feront plus modérément qu'en temps normal. En raison des conditions difficiles de ce marché, la concurrence sera très vive. L'efficacité dans la fabrication et dans la vente sera un facteur principal des profits. Des prix plus bas sur presque toutes les sortes de pneumatiques sont probables, spécialement pendant la dernière moitié de l'année. Cependant de bonnes affaires seront faites par les maisons qui ont liquidé leur stock et qui ont révisé leurs prix parallèlement aux niveaux de concurrence. Tel est l'avis de Babson.

LA DOMINION BATTERY OUVRE UN ENTREPOT A MONTREAL

La Dominion Battery Co. Limited, de Toronto, vient d'ouvrir un entrepôt au No 1907A rue St-Denis, à Montréal, d'où elle fera les expéditions de ses batteries "Reliable" et "Columbia", si avantageusement connues du public.

M. P. C. Paiement vient d'être nommé gérant de la succursale nouvelle et aura charge des ventes dans toute la province de Québec.

POUR OBTENIR LE COMMERCE DE PEINTURE DU PRINTEMPS

«Vers cette époque de l'année, les vendeurs des départements de peinture des meilleurs magasins de quincaillerie recherchent les moyens d'obtenir les affaires de printemps et comme les affaires seront moins faciles à s'assurer cette année, il n'est pas trop tôt pour établir vos plans.

Un bon moyen de faire de nouvelles affaires est de porter les regards sur les places où peuvent être faites les affaires. Vous ne chercherez pas à pêcher un esturgeon dans une petite rivière à truite, pas plus que ne chasserez l'ours avec un fusil du calibre 22. Vous devez rechercher les affaires là où vous avez le plus de chances d'en trouver.

Pourquoi ne pas chercher dans votre propre voisinage et voir quelles sont les maisons d'habitation ou autres bâtisses qui ont besoin de peinture. Lorsque vous avez cette information, écrivez une bonne lettre courtoise aux propriétaires et essayez de les décider à faire sans tarder ses travaux de peinture du printemps.

Cette idée d'obtenir des affaires par correspondance est très importante et très profitable et un mot sur les listes et les clients probables ne serait pas déplacé ici. Au point de vue de l'économie dans la publicité directe, les listes d'adresses tiennent le premier rang. La chose est bien évidente quand on considère que les statistiques montrent qu'il y a environ 3,000 changements commerciaux au Canada, chaque jour ouvrable. Des firmes suspendent leurs affaires, changent de mains, s'affilient, déménagent, des individus meurent, des hommes et des femmes se marient, des jeunes gens se lancent dans le commerce, en sortent, etc.

Une bonne liste est la véritable base du succès dans cette ligne et le moyen d'obtenir les meilleurs résultats d'une publicité directe.

Faire usage d'une ancienne liste incorrecte ou d'une liste qui n'est pas en ordre pour répondre à vos besoins est une perte de temps et d'argent. L'économie n'est pas toujours dans l'épargne de l'argent, elle réside dans la dépense judicieuse d'argent pour obtenir les meilleurs revenus possibles.

Vous verrez que l'usage d'une bonne liste vous paiera très bien en plaçant votre proposition devant tous les acheteurs probables logiques ou un très bon pourcentage d'entre eux, et en vous épargnant les timbres et les lettres inutilement employés pour des noms impropres.

Maintenant voici quelques-unes des sortes de listes: D'abord, il y a l'ancienne que vous avez en mains; ensuite, il y a la liste de qualité inconnue provenant d'un livre de téléphone ou de l'annuaire de la ville, sans nulle indication du pouvoir d'achat. Après il y a la liste compilée des sources les plus récentes ou d'un effort individuel pour répondre aux exigences spéciales auxquelles vous la destinez.

L'expérience a prouvé que ce n'est pas une économie

que d'employer une liste incorrecte qui est vieille de plus de six mois, sauf dans des cas exceptionnels. Il est bon de faire une liste de tous les acheteurs, car si vous avez fourni de bonnes marchandises et un bon service à un premier acheteur, il est facile d'en faire un client permanent, et rappelez-vous toujours qu'il est mieux de se servir d'une bonne liste de cinquante noms que de prendre des chances sur une longue liste de 500 noms douteux.

Il y a eu un grand développement ces dernières années dans la publicité coopérative, c'est-à-dire dans les aides publicitaires fournis par le manufacturier. Dans de nombreux cas, la campagne du "Sauvez la surface" a coopéré avec les associations locales, en fournissant une série d'annonces. Comme résultat de ce travail, de nouveaux ouvrages et une nouvelle appréciation de publicité sont arrivés aux membres de chaque groupe. Par exemple, douze peintres se réunirent dans une certaine ville de l'Est pour une petite campagne et les noms de chacun furent signés sur chaque copie qui paraissait seulement dans les éditions du dimanche. Chacun des peintres obtint de bons résultats de son offre et quelques-uns continuèrent des annonces individuelles au bénéfice de leur propre commerce particulier.

C'est là une forme très bon marché de publicité parce qu'elle permet aux magasins individuels d'avoir une grande annonce qui attirera favorablement l'attention à moins qu'il en coûterait à chaque peintre pour faire paraître même une petite annonce.

Cette publicité de la part des peintres fera l'affaire d'un marchand actif qui verra de suite par ce plan, quelle bonne quantité d'affaires sera dirigée à son magasin.

LES DEPENSES D'EXPLOITATION DANS LES MAGASINS DE QUINCAILLERIE

Le tableau suivant a été compilé par le Bureau des recherches commerciales de l'Université Harvard. Ces chiffres représentent un rapport aussi exact qu'on peut l'obtenir pour l'année 1919 et sont pris comme le meilleur moyen de déterminer ce que sont les dépenses véritables d'un magasin de quincaillerie actuellement.

Ventes nettes = 100%

	le plus bas	le plus élevé	moyenne
Salaires du personnel de vente . . .	2.57%	15.8%	6.2%
Autres dépenses de vente	0.03	4.12	0.7
Dépenses de vente totales	3.02	15.8	7.0
Dépenses de livraison		3.22	0.7
Frais d'achat, de direction et salaires du bureau	0.66	9.64	4.0
Fournitures de bureau, frais de poste et autres	0.08	1.87	0.3
Dépenses totales d'achat et de direction	1.15	10.6	4.4
Loyer	0.38	6.09	1.7
Chauffage, éclairage et pouvoir . .	0.06	1.35	0.4

Taxes (sauf sur bâtisses, revenu et profits)	0.04	1.14	0.5
Assurances (sauf sur bâtisses)	0.08	1.02	0.4
Réparations de l'aménagement du magasin	0.01	1.11	0.1
Dépréciation de l'équipement du magasin	0.02	1.6	0.3
Total des intérêts	0.95	8.95	3.3
Charges totales fixes et dépenses d'entretien	3.07	12.68	7.0
Dépenses diverses	0.01	3.86	0.9
Pertes pour mauvaises dettes	6.8	0.5
Dépenses totales	11.42	36.3	21.0

Le chiffre le plus bas des dépenses totales pour tout magasin de détail de quincaillerie, selon ce rapport de 1919, fut de 11.42 pour 100, le plus élevé fut de 36.3 pour 100, et le chiffre moyen fut de 21 pour 100 des ventes nettes. Ceci représente le coût de faire affaires. Cela comprend tous les items de salaires, frais tels que timbres de poste, chauffage, éclairage, taxes et assurance, et aussi le salaire du propriétaire, le loyer, que le magasin soit ou non propriété de l'exploitant, et l'intérêt tant sur le capital emprunté que sur le capital net engagé dans l'entreprise par le propriétaire.

LES MARCHANDS NE PEUVENT VENDRE SANS MARCHANDISES

On ne saurait nier le fait que les marchands de quincaillerie ont acheté avec beaucoup de réserve pendant ces derniers temps et qu'ils sont encore sous l'impression que les prix n'ont pas encore subi la baisse attendue dans la plupart des lignes.

Des réductions ont été faites dans beaucoup de lignes et encore qu'il soit généralement admis que le même pourcentage de diminution ne saurait être espéré dans les lignes de quincaillerie et peinture comme dans les autres lignes telles que celles des vêtements et chaussures, les détaillants sont d'avis que de nouvelles diminutions doivent se produire pour que le public soit porté à acheter en plus forte quantité.

Les manufacturiers qui ont de gros stocks de matières premières achetés aux plus hauts prix qui aient été enregistrés, se trouvent dans l'impasse ou de maintenir les prix et de décourager le commerce, ou de subir une perte sérieuse sur leurs matières premières en réduisant les prix des marchandises manufacturées considérablement et en faisant des prix assez bas pour engager le public à construire, à peindre et à acheter les produits de quincaillerie dont il devrait avoir besoin.

La confiance, ou le défaut de confiance rendent le commerce actif ou inactif. Tout le monde a confiance dans le Canada et son avenir, et tout le monde sait le besoin que nous avons de maisons, d'appareils de chauffage et d'é-

clairage, de meubles de maisons, d'appareils électriques, d'équipements d'automobiles, de peintures et vernis, etc. Tout ce qu'il faut c'est la confiance que le prix de ces marchandises a atteint à nouveau une base stable.

Les détaillants qui abordent la saison d'achat du printemps avec beaucoup de lignes de stock au-dessous de la normale devront bientôt acheter s'ils veulent être prêts à servir leur clientèle lorsque les marchandises seront en demande. Il sera préférable d'avoir les articles demandés même à des prix proches de ceux du temps de guerre, plutôt que d'envoyer un client chez un concurrent voisin faute de pouvoir lui fournir ce qu'il désire.

N'oublions pas que le seul droit économique à l'existence d'un détaillant en tant que marchand, est le droit de servir sa localité, d'approvisionner les gens de cette localité des marchandises de sa ligne rapidement et à un prix raisonnable, et en recevant pour son service un profit raisonnable en paiement.

S'il manque de tenir la variété et la quantité de marchandises pour répondre à la demande de sa localité, cette dernière n'a aucune obligation vis-à-vis de lui.

Il devient un passif plutôt qu'un actif pour sa localité. Il perd d'abord des ventes, mais il perd infiniment plus en confiance et en prestige.

Dans un commerce bien dirigé, le pourcentage de frais courants diminue avec l'augmentation du volume de ventes. Il monte rapidement quand le volume des ventes diminue. Une perte de quelques ventes seulement par jour peut augmenter les frais d'une base de 20 pour 100 à 30 ou 40 pour 100, soit une perte bien plus forte que celle qui pourrait se produire par suite d'une baisse dans les prix de quincaillerie. Le manque de stock est une folie aussi bien que la surcharge de stock.

Ce n'est pas là un argument pour de forts achats. C'est une constatation de faits qui dénote l'erreur qu'il y a à laisser dans un magasin de quincaillerie une catégorie de marchandises tomber au-dessous des besoins de la localité.

JEUNE HOMME, 25 à 30, marié, pour visiter les quincailliers. Devra passer trois mois à la fabrique pour apprendre procédés de fabrication avant de prendre charge du territoire. Expérience antérieure non essentielle.

S'adresser à F, Le "Prix Courant", 198, Notre-Dame Est, Montréal.

A VENDRE

Mine de Graphite d'une teneur remarquable.

Pour tous renseignements, s'adresser à GEORGE DUGRE, fils de Napoléon, ST-MATHIEU, Comté de St-Maurice.

BON COMMERCE A VENDRE, pour cause de santé. Pour tous renseignements, s'adresser à J. E. BERNARD, Charny, P. Q.

LA CAMPAGNE DU
“SAUVEZ LA SURFACE”
 AIDE LE MARCHAND

Au début de 1919 quelques manufacturiers canadiens de peinture se montrèrent intéressés par le mouvement du “Sauvez la surface” aux Etats-Unis. Dès l’abord l’idée d’une campagne similaire au Canada ne fut reçue que froidement. Comme toutes les innovations, elle fut accueillie au commencement avec scepticisme et il fut très difficile de soulever l’intérêt de toutes les industries de peintures et vernis et industries parentes. Ceux qui s’étaient fait les patrons de cette idée persistèrent dans leurs efforts et l’argent nécessaire pour en essayer l’application pendant l’année 1919 fut prélevé. Les résultats furent surprenants. Les indifférents devinrent les plus enthousiastes et les journaux qui avaient condamné d’avance la campagne du “Sauvez la Surface” s’en firent les plus fervents apôtres. En 1920 les manufacturiers de peintures et vernis du Canada s’engagèrent résolument dans une campagne de trois années et les résultats furent tellement satisfaisants qu’en dépit des mauvaises conditions actuelles l’appropriation pour 1921 a été augmentée de cinquante pour cent.

Il subsiste encore quelque ignorance quant au but de la campagne du “Sauvez la Surface”. Le mouvement du “Sauvez la Surface” est une publicité coopérative lancée par les manufacturiers de peintures et vernis et industries alliées du Continent Nord Américain pour éduquer le public à l’usage de la peinture et du vernis.

C’est un fait établi qu’il existe un fort marché pour la peinture, mais comment allons-nous faire des acheteurs des gens qui ont besoin de peinture quand la plupart d’entre eux ne se rendent pas compte de leurs besoins?

Un homme brise la serrure de sa porte, casse une vitre, met hors d’usage un de ses outils, il sait que toutes ces choses se sont produites parce qu’elles sont survenues soudainement et qu’il les voit et se rend compte que ces différents articles ont à être remplacés.

Il n’imagine pas que la peinture s’use sur sa maison tant qu’il ne voit pas le bois apparaître. Même alors, il néglige de mettre une couche de peinture et ce n’est que lorsqu’il découvre que la structure s’abîme qu’il reconnaît la nécessité de faire des travaux de peinture.

Les annonces du “Sauvez la Surface” rappelle ces faits à la mémoire du public, et le marchand de quincaillerie peut porter cette leçon à l’esprit de ses clients en leur parlant de ces faits ou en employant toute autre méthode de coopération avec la campagne du “Sauvez la Surface”.

Le marchand de détail est le véritable estafette de l’industrie, le vendeur direct au public acheteur. S’il prospère, le manufacturier prospère. S’il ne vend pas ce que le manufacturier fabrique et que ses rayons se surchargent de marchandises, les portes de nos usines se ferment, les

hommes sont congédiés et le commerce tombe dans le marasme.

Nous pouvons classer les marchands-détaillants en trois catégories:—

1.— Ceux qui ont de l’initiative et sont avides de saisir toute occasion d’augmenter leurs affaires en faisant usage de toute idée nouvelle et toute publicité qui leur est envoyée. Leurs commis sont heureux et satisfaits et l’ouvrage se fait au son de la caisse enregistreuse.

2.— Ceux qui manquent d’initiative, mais qui ont le désir d’apprendre et qui profitent de l’expérience des autres et arrivent en fin de compte à faire du succès comme leurs confrères mieux doués.

3.— Ceux qui se complaisent dans l’ornière se souciant peu des activités du monde en dehors des limites de leur propre localité et qui se contentent de la maigre pitance qui leur assure le pain quotidien. Grâce à Dieu! ces marchands sont la minorité.

Nous attendons beaucoup de la première et de la seconde catégorie, mais nous espérons qu’un temps viendra où même la troisième catégorie aura foi dans la campagne du “Sauvez la Surface”.

Très peu de marchands-quincailliers cultivent le commerce de leur territoire. Ils demeurent dans le magasin, s’absorbant dans des détails dont le commis pourrait s’occuper et ne profitant du développement de leurs affaires que si ce développement se produit de lui-même.

Chaque matin et soir en allant au travail et en revenant des gens ont passé devant le magasin, dont les maisons ont besoin de peinture et dont eux, propriétaires, ont besoin de douzaines de choses. Votre cercle de relations est vaste et la plupart des propriétaires de votre localité sont connus de vous personnellement. Vous parlez tous les jours à vos amis du temps, des récoltes, de politique, mais combien rarement vous leur tenez un langage comme celui-ci:—

“J’ai une nouvelle lessiveuse qui fonctionne si facilement et qui fait l’ouvrage si bien que le lavage a cessé d’être une corvée. Venez la voir, et faites-m’en faire l’envoi à votre femme, cela lui sera une agréable surprise”. ou bien “Votre maison se détériore faute d’une couche de peinture. Quand le délabrement s’en mêle, la perte totale de toute la bâtisse ne tarde pas. La peinture épargne bien de l’argent en fin de compte. Je tiens la meilleure ligne de peintures qu’il y ait en ville. Permettez-moi de vous envoyer un homme pour vous faire une estimation de l’ouvrage.”

J’ai connu un voyageur en peinture qui vint dans

une ville, nomma un agent pour sa ligne de peinture, puis sollicita les gens de cette ville en faveur de son agent pendant une semaine et vendit plus de peinture que son agent n'en avait vendu dans les six mois précédents. Et cependant, ce solliciteur qui produisit ces ventes n'était pas meilleur comme vendeur que le marchand lui-même, ni même qu'un des commis du marchand.

Un marchand qui passe la moitié de son temps dans le magasin à vendre de \$15 à \$25 d'articles bon marché, devrait sortir dans la campagne, voir deux ou trois fermiers et vendre pour \$10 ou \$20 de marchandises à chacun d'eux; pendant ce temps-là son magasin ferait autant d'affaires que quand il reste une demi-journée derrière le comptoir.

Il est évident qu'on peut faire ainsi de gros profits, car si le pourcentage de profit sur la vaisselle, les scies et la coutellerie est le même que sur les peintures et vernis, le chiffre de vente sur les deux derniers articles est tellement plus fort que celui des menus articles que le profit est proportionnellement plus grand.

A présent, plus qu'en aucun temps de l'histoire du Canada, tout devrait être fait pour stimuler les affaires et le détaillant de quincaillerie ferait un grand pas dans la bonne direction en allant à la recherche de toutes les affaires de peinture de son territoire. Les annonces du "Sauvez la Surface" lui prépare le chemin. Les journaux couvrant la province de Québec, dans lesquels ces annonces paraissent, ont une circulation qui égale en un an plusieurs fois sa population.

Profitez de cette campagne; faites de votre rayon de peinture un département du "Sauvez la Surface". Le manufacturier dont vous achetez votre peinture et votre vernis vous fournira tout ce qui est nécessaire pour cela.

Faites usage de la devise sur vos entêtes de lettres, vos factures, vos enveloppes, vos circulaires et sur toutes vos impressions.

Demandez à vos fournisseurs de peinture qu'ils vous envoient les brochures traitant "De la façon de gagner plus d'argent dans le commerce de peinture."

Soyez le premier dans votre ville à peindre la légende "Sauvez la Surface" sur vos camions de livraison.

Découpez les annonces des journaux, collez-les sur un carton et placez-les bien en vue dans votre magasin.

Lorsqu'on vous envoie des garnitures de vitrines, placez-les immédiatement dans vos devantures. Si vous pouvez en employer davantage, demandez-en.

Réunissez-vous avec vos collègues du commerce de quincaillerie de votre ville et faites paraître une série d'annonces collectivement dans votre journal local avec tous les noms de ceux qui y coopèrent. Des vignettes vous seront fournies gratuitement.

Rappelez-vous que cette campagne du "Sauvez la Surface" est la vôtre. Faites-en l'usage le plus complet possible de la manière que nous suggérons ou à votre façon propre. Vous pouvez compter sur la coopération des bureaux généraux de la campagne et de la maison dont vous vous approvisionnez et si tout le monde pousse à la roue

d'année 1921 écoulera plus de peinture pour l'embellissement de plus de maisons et épargnera plus de surfaces pour le bénéfice de tous.

NOTES PERSONNELLES

M. L. P. St-Jean, de Sherbrooke, P. Q., est entré dans le personnel de ventes de Lewis Bros., Ltd, Montréal. M. St-Jean était précédemment avec J. S. Mitchell & Co., Sherbrooke.

* * *

M. Alex. Gibb, agent manufacturier, Montréal, a été récemment victime d'un accident dans lequel il s'est fracturé le bras gauche.

* * *

M. D. Deschamps, autrefois voyageur pour Lewis Bros. Ltd., Montréal, a été nommé secrétaire et trésorier de Ste-Anne de Bellevue.

* * *

M. J. E. Adcock, de Adcock & Brewer, Ltd, Montréal, représentants de manufacturiers, est parti pour un voyage d'affaires dans les provinces de l'Ouest.

* * *

Le col. Robt. Starke, de Starke-Seybold, Ltd., est à Atlantic City. Le Col. Starke se repose de sa récente maladie qui ne l'a pas empêché cependant d'être à son bureau pendant les semaines passées.

* * *

M. Frédéric Arnold Farrar, directeur de la publicité pour la Glidden Co., a fait récemment plusieurs voyages aux différentes divisions Glidden, voyageant en compagnie de M. Chas. S. Kennedy, directeur des ventes aux marchands.

* * *

M. W. S. Leslie, président de A. C. Leslie & Co. est de retour de son voyage à Atlantic City.

* * *

M. A. H. Jenkins, de A. C. Leslie & Co., est de retour à son bureau, sa santé s'étant améliorée après ses deux semaines de repos à Peterboro.

* * *

M. Alfred Gauthier, marchand de Mont-Laurier, P. Q., est passé à nos bureaux la semaine dernière et nous a dit les bonnes espérances qu'il entretenait sur l'avenir des affaires dans le Nord.

* * *

LE REPRESENTANT DE LA WALKER BIN & STORE FIXTURE, RESIDERA A MONTREAL

M. C.-E. Rioux, le représentant pour la province de Québec de la Walker Bin & Store Fixture Co., de Kitchen, qui jusqu'à tout récemment habitait à Sherbrooke vient de déménager à Montréal.

M. Rioux résidera à l'avenir au No 2197 rue Saint-André.

LE GUIDE DU PEINTRE

Comment se servir des pinceaux.

Pour appliquer du vernis et ne pas faire d'yeux, employer un pinceau ovale ou plat en forme de ciseau, variant en largeur de 1 à 4 pouces, suivant la grandeur de la surface à vernir.

Pour peindre les murs intérieurs et les plafonds employez un pinceau à soies de 4½ ou 5½ pouces, tous les deux sont faciles à manier; les personnes non expérimentées préféreront le plus petit. La même sorte de pinceau ou un pinceau de 4 pouces peuvent être employés pour appliquer le liquide à glacer avec lequel des effets mélangés et pommelés peuvent être obtenus, et pour appliquer la teinture à bois, à plancher ou à meubles.

Tenez les pinceaux à vernis dans la térébenthine, les autres pinceaux peuvent être tenus dans l'eau pourvu qu'ils aient été nettoyés. Lorsque les pinceaux deviennent raides faites chauffer du vinaigre jusqu'à ce qu'il bout et plongez-les dedans ou employez le Cumoff.

La peinture sur les murs intérieurs et les plafonds doit être appliquée d'un coup long et égal d'un côté à l'autre. Les finis à boiserie (teinte, vernis et émail) doivent être appliqués dans le sens du grain du bois.

Le liquide à glacer lorsqu'il est mêlé de teinte pour obtenir un effet mélangé ou pommelé peut être appliqué par n'importe quel mouvement et même en appliquant le pinceau de côté sur la surface. Il ne faut pas l'appliquer trop clair, car il faut mettre sur le pinceau autant de peinture qu'il peut en contenir sans dégoutter. Il faut travailler très rapidement avec le liquide à glacer afin d'avoir le temps de l'éponger pour obtenir l'effet pommelé avant qu'il sèche. Il est recommandable d'avoir un assistant pour le procédé du glaçage afin que pendant que l'un applique la peinture, l'autre puisse suivre et faire le mélange.

Comment teinter et vernir les boiseries et les meubles.

Ici, il faut considérer qu'il y a du bois à grain ouvert et d'autre à grain serré. Pour teinter les plinthes, portes et autres boiseries intérieures à grain ouvert employez les Wood Tints ou les Oil Wood Stains de couleur choisie. Appliquez avec un pinceau mou et après avoir laissé sécher pendant 24 heures, étendez sur la surface une pâte mince composée de Pâte à Remplissage dans la couleur désirée (les Remplissages sont faits dans les couleurs pâles et foncées). Eclaircissez à l'épaisseur de la crème avec de la térébenthine. Le remplissage durcira en séchant. Mais avant qu'il sèche (à peu près vingt minutes après qu'il est appliqué) passez un linge sur le grain du bois en sui-

vant l'opposé du courant du bois — en employant du bur-lap ou l'exelsior. Après avoir laissé sécher le remplissage pendant 24 heures appliquez une légère couche de shellac, et après 24 heures passez au papier sablé légèrement et appliquez deux couches de Vernis Sun ou de l'Amberite. Passez le papier sablé légèrement après que la première couche a séché durant 24 heures et frottez la dernière couche pour lui donner un fini mat avec de la pierre ponce et de l'huile ou de la pierre ponce et de l'eau, après 48 heures de son application.

Note:— Lorsque les surfaces doivent être exposées à l'humidité, au lieu de shellac il vaut mieux appliquer le vernis immédiatement après le remplissage, en réduisant la première couche de vernis dans la proportion d'une chopine de térébenthine pour un gallon de vernis — pour les couches suivantes appliquez le vernis tel qu'il sort du récipient.

Le fini mat ou non brillant peut être obtenu sur les surfaces non exposées au contact des pieds sans frotter avec de la pierre ponce et de l'huile en employant le vernis Amberite Flattening Varnish comme dernière couche.

Pour cirer les boiseries, meubles, etc.

Un fini ciré peut être obtenu sur n'importe quelle surface de bois en appliquant comme couche finale de la Furniture Wax. Pour produire un fini ciré sur les boiseries teintes et pour un ouvrage de prix modéré, appliquez une couche de teinte dans la couleur désirée et laissez sécher durant la nuit. Ensuite appliquez une couche de remplissage magnétique transparent qui, après avoir séché durant 24 heures, devrait être suivie d'une couche de Furniture Wax. Cette dernière doit être appliquée avec un linge doux, en enlevant toute cire superflue, et donner ainsi un poli à la surface. Quoique ce fini ne soit pas aussi durable et aussi bon que le Sun Varnish, il est satisfaisant lorsqu'un fini bon marché est préféré au fini durable.

Pour émailler les boiseries ou les meubles.

Le meilleur fini émaillé peut être obtenu sur les surfaces en bois blanc, peuplier ou bouleau. Le pin, le cyprès, etc., peuvent être employés, mais il faut auparavant leur donner une couche de shellac pour empêcher la sève de bois de décolorer l'émail. Pour produire une bonne couche blanche de dessous pour l'émail — qui est demi-transparent et qui ne doit être employé que comme dernière couche — appliquez du Sanitone ou du Blanc Plat en trois couches ou plus. Après avoir laissé sécher pendant 24 heures passez légèrement le papier sablé 00 sur chaque couche. Ne traînez pas le papier sablé dans la même direction que les coups de pinceau, s'il y en a, mais frottez sur le travers

des marques laissées par le pinceau. Ensuite appliquez une ou plusieurs couches d'émail, en employant l'Alba Gloss Enamel ou Art Enamel (ce dernier ne devrait pas être employé lorsqu'on désire obtenir une surface broyée). Lorsqu'il s'agit d'un travail fin à l'intérieur, frottez la dernière couche d'émail avec de la pierre ponce et de l'huile ou de la pierre ponce et de l'eau, afin d'obtenir un fini mat. Pour obtenir un fini mat sans frotter, employez l'Alba Gloss Enamel Egg Shell Finish ou Dull Finish pour la dernière couche.

Pour repolir les boiseries et les meubles.

Pour produire l'effet d'une surface teinte et vernie sans enlever le vieux fini, appliquez une couche de Teinture au Vernis, couleur de fond, et laissez sécher durant 24 heures. Ensuite appliquez la Teinture au Vernis Sun dans la couleur désirée telle qu'elle sort de la boîte. Lorsqu'on est à poser cette couche et avant qu'elle sèche (travailler sur une verge carrée à la fois) traînez un vieux balais à linge sur la surface afin de donner l'illusion du grain du bois par les traces laissées par les branches du balais. Cette Teinture au Vernis donne un fini glacé, mais on peut obtenir un fini mat avec une couche de vernis Amberite.

Pour revernir une surface qui n'est pas trop décolorée, enlevez la graisse, les taches et autres substances qui ne sont peut-être pas apparentes, mais qui existent sur une vieille surface — en la lavant avec du savon et de l'eau. Lorsque l'article est séché, appliquez une ou deux couches de vernis, en accordant une journée pour le séchage entre les couches. La première couche doit être fortement frottée avec du papier sablé 00 juste avant d'appliquer la deuxième couche, et le glacé de la dernière couche peut être frotté avec de la pierre ponce et de l'huile afin d'obtenir un fini mat, après qu'elle a séché durant 48 heures.

Pour donner du grain aux surfaces qui ont déjà été finies.

Les vieilles boiseries, les placards, les meubles, etc., auxquels l'on veut donner une apparence semblable à celle du nouveau bois vernis et teint, devraient être traités comme suit: Nettoyez la surface en la lavant avec de l'eau et en la rinçant. Laissez sécher — passez au papier sablé tous les endroits rudes et enlevez la peinture qui se détache. Ensuite appliquez une couche de Teinture au Vernis couleur de fond. Agitez ce produit avec soin et appliquez avec un pinceau à soies plat, de 4 pouces. Agitez-le en appliquant, mais s'il devient trop épais éclaircissez-le avec de la térébenthine. Cette couche qui recouvre le vieux fini doit sécher une journée ou deux avant de continuer l'ouvrage. Pour la deuxième couche employez de la couleur à grain éclaircie avec de la térébenthine ou de la benzine. Étendez-la doucement sur la surface couvrant à peu près la longueur du bras. Immédiatement après employez l'outil à grainer, en l'employant comme suit: lorsque toute la surface a été couverte de couleur à grainer et travaillée avec l'outil à grainer, laissez-la sécher pendant

la nuit, ensuite appliquez une couche de Teinture au Vernis. Employez la Teinture au Vernis à acajou, cerisier, bois de rose ou noyer seulement sur le grain simple uni, tel que décrit ci-dessus pour obtenir un effet mat sur la Teinture au Vernis, appliquez une couche d'Amberite, tel que recommandé plus haut.

L'outil à grainer qui est fait de façon à produire trois sortes différentes de grain, est employé presque de la même manière qu'un pinceau. Sur l'un, un bout de caoutchouc est coupé de manière à donner un grain simple et droit (1). Ceci suggère le bois tel que le bouleau, le noyer et les bois à grain droit. Pour faire ce grain tenez l'outil fermement dans la main et placez sa surface plate sur le bois et traînez simplement l'outil sur la surface du bois, en ayant soin de ne pas laissez vos doigts toucher la surface et de garder le même angle pendant tout le mouvement.

Sur la surface arrondie de l'outil, le caoutchouc est coupé de manière à produire le grain du chêne uni (2). Tenez la poignée dans une position verticale et faites bercer l'outil dans la direction du grain du bois en le faisant glisser. Pour représenter plus exactement le vrai fini du chêne, passez sur la surface (immédiatement après le procédé ci-dessus) avec le bout droit de l'outil. Pour produire le grain du quart de chêne, employez le côté de l'outil marqué par des morceaux irréguliers de caoutchouc. Passez le bout de l'outil sur la préparation à grainer dans un mouvement berçant, ensuite tournez le manche de bout et employez le bout droit.

Note:— Employez toujours l'outil à grainer dans la même direction que le grain original du bois.

Pour refinir et mettre à neuf; premièrement, enlevez la vieille cire avec de la térébenthine, et la peinture et le vernis avec du Cummoff. Lorsque la surface originale du bois est ainsi exposée, faites comme pour un travail neuf.

Pour peindre les boiseries, tablettes, etc.

Des produits excellents pour donner un nouveau fini aux meubles de cuisine, boiseries, tablettes, etc., sont les peintures à maisons ou à véhicules. Elles sont facile à appliquer et sont de jolies couleurs. Assurez-vous que la surface est exempte de graisse et parfaitement sèche, et appliquez deux couches de peinture telle qu'elle sort de la boîte après l'avoir agitée. Laissez écouler 24 heures entre les couches.

Pour vernir les planchers.

Premièrement appliquez la pâte à remplissage Eureka dans la couleur désirée, si le plancher est de chêne ou autre bois à grain ouvert. Lorsqu'elle est sèche, c'est-à-dire après 24 heures, passez la surface au papier sablé 00. Ensuite appliquez trois couches de fini à plancher, la première couche devant être éclaircie avec une chopine d'esprit de térébenthine pour chaque gallon de vernis. Les autres couches de vernis devraient être appliquées tel que le

LES BONNES CONDITIONS DU TRAVAIL : : SONT AVANTAGEUSES A QUI LES PROCURE : :

— Par —
C. W. HAMILTON

“Nous croyons à l'oeuvre du bien-être, parce que c'est la chose juste à accomplir,” dit M. John H. Patterson, président de la National Cash Register Company. “Notre compagnie doit à ses ouvriers plus qu'une certaine somme d'argent chaque semaine. Nous faisons tout ce que nous pouvons pour les rendre heureux. Ils ont droit à des logements décentes et confortables à leur atelier et chez eux. L'oeuvre du bien-être ne fait qu'appliquer la Bolden Rule à l'industrie.”

La National Cash Register Co. a été appelée l'usine modèle du monde parce que c'est là que les meilleures conditions de travail se rencontrent pour assurer des employés heureux et une merveilleuse efficacité industrielle.

M. Patterson étonnait le monde des affaires lorsqu'il y a trente ans il commençait l'oeuvre du bien-être dans son usine. A ce moment sa compagnie recevait un coup qui l'entraînait jusqu'à la ruine. Des registres d'une valeur de plus de \$50,000 étaient retournés par suite d'une fabrication défectueuse.

Une enquête fut entreprise pour découvrir la raison de ce mauvais travail. Beaucoup de choses remarquables furent mises en lumière. Les ouvriers essayaient de faire un nouveau type de machine perfectionné avec de piètres outils. Les conditions de travail étaient mauvaises. L'usine était sale et malsaine.

La National Cash Register Co., comme les autres patrons à cette époque, ne portait que peu d'intérêt au bien-être de ses employés. Il n'y avait pas de coeur dans les affaires. Les hommes et les femmes étaient traités comme de simples engrenages d'une machine et n'étaient guère disposés à considérer la compagnie comme une amie. Le capital comme la main-d'oeuvre voulaient obtenir le plus pour le moins. Il n'y avait pas de coopération. Chacun faisait aussi peu que possible pour l'autre.

M. Patterson décida sur le champ que ses employés devaient jouir de meilleures conditions de travail et de logement pour leur permettre d'accomplir du bon ouvrage. Plusieurs améliorations furent faites immédiatement. Des systèmes demandant une réforme radicale furent mis en application. La direction n'hésita pas à dire que son ancien système reposait sur des bases fausses. Elle vit que les ouvriers devaient être traités avec égard si on voulait qu'ils mettent du coeur à l'ouvrage.

Une des premières choses accomplies fut de rendre les salles de travail attrayantes et confortables. Des conditions plus hygiéniques furent assurées et comme la compagnie se rendit compte que les résultats se traduisaient par une

main-d'oeuvre meilleure et des employés plus heureux, elle se mit à la recherche des conditions qui demandaient une amélioration.

M. Patterson pensa que si l'amélioration des conditions était une bonne chose à l'intérieur de l'usine, il ne serait pas moins utile d'améliorer les alentours de l'usine et les maisons avoisinantes. En conséquence, les terrains entourant les bâtisses de l'usine furent agrémentés. Les

clôtures disgracieuses furent jetées par terre et les bâtiments furent peints. Des arbustes furent plantés et du gazon fut semé.

Un autre grand problème à cette époque était les garçons du voisinage. Ils jetaient des pierres dans les vitres, et arrachaient les plantes et les arbustes et de différentes façons nuisaient à la propriété. Beaucoup de gens pensaient qu'ils étaient irrémédiablement incorrigibles. Cependant, M. Patterson ne se montra pas de cet avis. Au lieu de les faire arrêter, on leur donna quelque chose à faire pour les éloigner du mal.

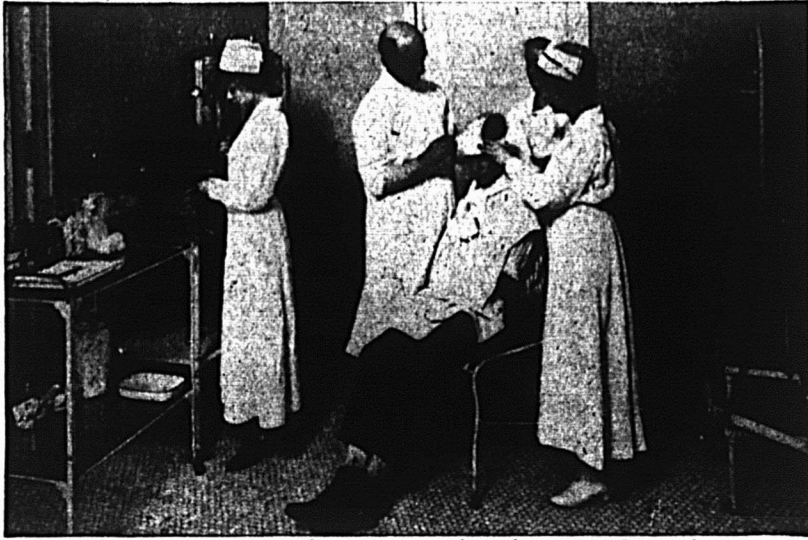
Un petit cottage fut employé comme centre des activités de tout le voisinage et placé sous la surveillance d'une



L'amélioration des abords de l'usine coûte relativement peu et ajoute beaucoup à la valeur de la propriété. Elle ajoute aussi à la satisfaction et à la fierté des ouvriers.

femme d'expérience. Des classes pour les garçons et les filles furent ouvertes. On apprend aux filles à coudre, à broder et à faire la cuisine. Aux garçons on donna des cours de sculpture sur bois, de modelage de la glaise et de culture physique.

On donna à chaque garçon un jardin pour lui seul.



Un département d'hygiène bien aménagé assure les soins aux ouvriers malades et blessés. Deux docteurs et un personnel de gardes-malades y sont en permanence. Un dispensaire dentaire est aussi entretenu par la compagnie.

La compagnie fournit le terrain, les outils, les semences et un instructeur compétent pour apprendre à ces garçonnetts comment cultiver les légumes. Ces jardiniers en herbe apprennent comment travailler, comment devenir pratique, comment coopérer et comment surmonter les difficultés en même temps qu'ils conquirent la valeur d'un dollar.

Un jour en passant dans l'usine, M. Patterson vit une ouvrière qui faisait chauffer un pot de café sur le radiateur. Il savait que les ouvriers devaient être convenablement nourris pour accomplir un bon travail. Des instructions furent donc données pour que de la soupe et du café chauds fussent servis aux ouvrières quotidiennement. Ce fut une innovation qui surprit alors, mais l'idée fit son chemin. Aujourd'hui, il y a trois grandes salles à manger bien éclairées à la National Cash Register Co., et des mets consistants et bien préparés y sont fournis à prix coûtant.

Des salles de toilette sont entretenues dans un état de propreté scrupuleux. L'ancienne serviette de toilette à rouleau a été remplacée par des serviettes individuelles. L'eau potable de fontaines courantes est analysée fréquemment. Les brosses et les peignes fournis par la compagnie sont stérilisés journellement.

Chaque employé a le droit de prendre un bain par semaine, l'hiver, et deux par semaine, l'été, sur le temps de la compagnie. Des bains-douches modernes ont été installés dans toute l'usine.

Un dispensaire pour les maux de dents est entretenu

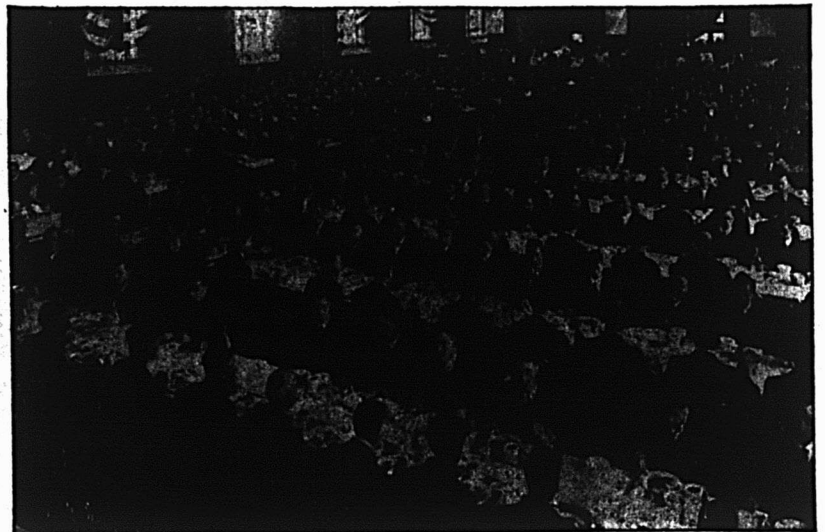
avec deux dentistes gradués et une garde-malade en permanence. Des traitements d'urgence y sont donnés pour toutes formes de maux de la bouche. Des plombages temporaires y sont faits. Les employés y reçoivent des conseils et des instructions sur les soins à donner aux dents et à la bouche. Chaque employé peut y avoir ses dents complètement nettoyées deux fois par an.

Un soin spécial et une attention toute particulière sont apportés à la santé et au bien-être des ouvrières. Le tabouret inconfortable d'ancien modèle a été condamné et remplacé par la chaise à dossier élevé et appuie-pieds. Les employées femmes sont approvisionnées de tabliers et de fausses-manches qui sont blanchis et réparés par la compagnie. Par temps de pluie des pardessus et des parapluies sont prêtés.

A dix heures dans la matinée et à trois heures dans l'après-midi, les ouvrières ont dix minutes de repos. Les femmes peuvent gagner les chambres de repos en tous temps si elles ne se sentent pas bien.

On a appelé la National Cash Register Co., une université industrielle à cause de son œuvre éducationnelle. Tout effort est fait pour encourager les employés à améliorer leur position.

Un "club house" est réservé à l'usage des ouvriers. Des cours du soir y sont donnés et tous les employés peuvent y assister sans frais. Ces cours ont pour but d'aider ceux qui sont studieux à développer leur capacité com-



Cette salle-à-manger pour les ouvriers de l'usine contient 1200 places assises. Des mets chauds et appétissants y sont servis aux prix coûtants. Deux salles-à-dîner supplémentaires sont entretenues par la Compagnie, une pour les employées-femmes, l'autre pour les membres de l'exécutif.

merciale. Nombre de membres haut placés de la compagnie doivent beaucoup de leur succès à ce qu'ils ont appris à ces cours du soir. Ce "club house" est aussi employé pour les réunions sociales des employés et de leurs familles.

A l'usine, il y a une bibliothèque de 6,600 volumes de livres choisis. Des filières des meilleurs journaux et magazines sont renouvelées journellement. Des brochures et



L'expérience a prouvé qu'il est avantageux de pourvoir aux meilleures conditions de travail. Hommes et femmes travaillent mieux quand ils savent que la direction leur porte un véritable intérêt humanitaire et s'occupe de leur bien-être.

des dépliants utiles sont imprimés et donnés aux employés de temps en temps. Des groupes d'employés sont souvent envoyés en voyages éducationnels dans d'autres cités aux frais de la compagnie.

L'école de la N. C. R. est reliée à la bâtisse des bureaux provinciaux. Elle contient un grand auditorium avec une capacité de 1,200 sièges. Chaque jour des récréations sont données dans cette bâtisse pendant l'heure du midi. Les sièges sont réservés pour les femmes. Le restant du hall est ouvert aux hommes qui peuvent y fumer s'ils le veulent.

Des vues animées, des vues stéréoscopiques, des conférenciers, hommes et femmes de renom, de brillants musiciens et artistes et des hommes et des femmes du peuple figurent au programme qui est changé tous les jours. Un orchestre d'employés fournit souvent la musique pour les séances de la N. C. R.

Cela prendrait bien des pages pour faire l'historique de toutes les choses qui sont faites

par cette compagnie pour le bénéfice de ses employés. Il y a des séances pour les enfants de Dayton, des clubs pour les employés et leurs familles, un beau club de campagne proche de l'usine, un système de partage généreux des profits, des représentations pour les employés, des cours éducationnels coopératifs. La compagnie s'efforce constamment de rendre les conditions meilleures à l'usine et dans la localité.

M. John Patterson, qui eut cette grande idée de l'oeuvre du bien-être et qui la mit en pratique et auquel on doit le développement de l'industrie des caisses enregistreuses "National" ne pense pas qu'il a fait quelque chose d'extraordinaire. "L'oeuvre du bien-être permet à la direction de montrer l'intérêt humanitaire qu'elle porte à tout employé, homme et femme."

"Quiconque travaille pour cette compagnie est membre de la famille N. C. R. Il y règne un véritable esprit N. C. R. C'est l'esprit d'entraide mutuel. C'est de faire bien et d'aider les autres."



Conditions typiques de l'usine N.C.R. avant que l'oeuvre du bien-être ne fut commencée. Les employés n'ont pas de coeur à l'ouvrage, ce qui a pour résultat une piètre production, un manque d'efficacité et une perte financière pour les ouvriers et propriétaires.

PLUS D'ACTIVITE DANS LA VENTE DES PNEUMATIQUES AU CANADA

Un manufacturier de pneumatiques d'automobiles nous disait cette semaine que le mois passé il y avait eu un regain considérable de ventes dans le commerce des pneus et il ajoutait qu'en ce qui le concernait la demande était telle que le temps de l'usine avait dû être porté de 8 à 10 heures par jour. Il est évident que l'hiver doux que nous avons eu dans presque tout le Canada a permis à beaucoup d'automobilistes de ne pas remiser leurs machines et de pouvoir s'en servir. Ils n'ont pas voulu, pendant que le sol était recouvert de neige et de glace poser sur leurs autos des pneus neufs mais ils sont prêts à présent à faire la

dépense d'une série de ces indispensables agents d'un roulement sûr. Pendant l'hiver, la neige agit comme coussin et avec l'emploi de nouvelles doublures et d'autres matières du genre les anciens pneus peuvent fournir encore un certain service, mais il est avéré qu'avec le retour du temps chaud ces vieux pneumatiques ne pourront supporter la pression supplémentaire et éclateront. Certains marchands de quincaillerie ont averti leurs clients que la reprise de l'activité dans la vente des pneumatiques jointe au fait que la production des pneus depuis quelques mois n'a pas été normale pouvaient produire une rareté des pneumatiques au moment de presse de la saison d'été. Les manufacturiers font rapport que les achats sont bons pour la saison et que les marchands donnent des commandes plus d'avance que ces derniers temps, ce qui indique qu'il règne plus de confiance dans la demande et dans les prix.

LA TENDANCE DES PRIX DU CAFE EST A LA HAUSSE

“La dépréciation des prix des autres commodités a naturellement amené le café à des prix plus bas et en a affaibli le cours plus probablement que pour toute autre ligne”, dit M. Lawrence C. Christensen, de Hard & Rand, marchands de café de New York dans un récent interview. “La tendance du marché est cependant à la hausse. C'est purement une question de finance, non une question d'offre et de demande, qui dans des conditions normales régularise les prix car le Brésil a porté ses emprunts à \$30,000,000. De ce montant \$20,000,000 viennent des Etats-Unis et \$10,000,000 d'Europe. Cela avancera sans doute le change brésilien ce qui aura naturellement un effet sur les prix du café. Les tarifs de fret du Brésil ont aussi augmenté de 40 cents le sac à 80 cents. Le Brésil ajoutera selon toute probabilité une surtaxe sur toutes les exportations, pour couvrir le coût de l'emprunt, mais les détails n'en ont pas encore été arrêtés. On estime que la présente récolte de Santos atteindra approximativement 9,000,000 de sacs; celle de Rio environ 3,000,000 de sacs. Les estimés sur la récolte en voie de maturité et qui sera faite vers le premier juillet, sont d'à peu près 1,500,000 sacs de moins que l'an dernier.”

LE COMMERCE DE LA FARINE EN CHINE EST PROSPERE

Pendant ces dernières années, le commerce de la farine en Chine a été prospère. Il y a plus de vingt gros moulins à farine à Shanghai qui produisent une moyenne de 46,000 sacs par jour. L'an dernier, la production totale s'éleva à environ 17,000,000 de sacs. Chaque semaine, environ dix mille sacs sont exportés en Grande Bretagne, aux Etats-Unis et au Japon. Avant la guerre européenne, de fortes quantités étaient exportées en Russie, mais maintenant ce sont les Etats-Unis qui sont les plus gros clients. Dans tout le pays les produits de la farine en un an s'élevèrent à environ 48,000,000 de sacs, soit près d'un-tiers de ce qui est produit à Shanghai. La valeur des exportations est estimée être d'environ 11,000,000 de Taels par an.

**J'achète les oeufs au plus haut prix du marché.
Je fournis les caisses et je me charge des frais de transport.**

Mes prix sont toujours garantis d'avance.

**M. LOUIS DUSSAULT,
Marchand de Provisions en Gros,**

**189 Avenue Pie IX - MAISONNEUVE.
Phone 1743.**

RESTRICTION DANS L'USAGE DU MOT “BEURRE”

Les importateurs de beurre de cacao et autres produits dans lesquels le mot “beurre” figure, parlent cette semaine d'une nouvelle réglementation des douanes d'Ottawa.

Cette réglementation prohibe l'importation de tout produit dans lequel le mot “beurre” forme une partie du nom, sauf si c'est du beurre fait du lait de vache. On devra donner quelque autre nom au beurre de cacao, de même qu'au beurre de peanut, au beurre d'érable, etc. On cite un cas où une grosse quantité de beurre de cacao a été retenue par les douanes alors qu'un manufacturier de confiseries en avait un besoin urgent.

NOUVEAU GERANT CANADIEN POUR POSTUM CEREAL

M. R. Q. McIntosh est devenu gérant général pour le Canada de la Canadian Postum Cereal Co. Le nom de McIntosh est familier au commerce de céréales du pays de même qu'au commerce d'épicerie en gros.

Le nouveau gérant fut pendant des années à la Canadian Cereal & Milling Co. Il y a cinq ans, il entra au service de la Battle Creek Toasted Corn Flake Co., de London, Ont., et il fut gérant de cette compagnie jusqu'à présent. Il devient à présent le gérant général de la Postum Cereal Co. Ses quartiers généraux seront à Toronto. Il reste donc en rapport avec le commerce des céréales dont il s'occupe depuis si longtemps.

UN CONFLIT D'OPINIONS

(Suite de la page 45)

cette section du tarif, des articles d'argenterie estampés “Sheffield—fait aux Etats-Unis”. Ce règlement ne saurait plaire au commerce de bijouterie canadien, car l'usage du mot “Sheffield” par d'autres que les manufacturiers en droit de l'employer ne peut être trop fortement déploré.

Le commissaire ignore probablement la pratique de certains manufacturiers américains qui s'arrangent pour que le mot “Sheffield” figure très distinctement sur leurs articles alors qu'ils prennent un soin égal pour que le terme “Fait aux Etats-Unis” soit presque illisible. La chose a été portée à l'attention de l'inspecteur sous la Loi du Poinçonnage de l'Or et de l'Argent et il continuera à poursuivre tous les marchands tenant pareille marchandise au Canada. M. Ryan estime que le lettrage est évidemment calculé pour tromper les gens et que le cas tombe sous le coup du paragraphe huit de la loi qu'il entend mettre en vigueur. Sa prétention recevra sans nul doute l'appui complet de tout membre du commerce canadien.

LE SOIN DANS LES ETALAGES

ET LE SERVICE FOURNI A LA CLIENTELE PEUVENT AIDER A CONCURRENCER AVEC SUCCES LES MAGASINS A SUCCURSALES

Un épicier, nous fait-on rapport, a révolutionné sa méthode d'étalage des épiceries au profit des fruits et légumes frais. La raison qui l'a fait agir, c'est qu'il s'est rendu compte que beaucoup de magasins d'épicerie à succursales mettent en montre presque exclusivement des marchandises en boîtes et en bouteilles, et que l'épicier individuel doit, s'il veut attirer la clientèle, offrir quelque chose de différent à l'oeil du public. Il fait en conséquence un étalage attrayant de fruits et légumes dans deux grandes vitrines, et quand la clientèle est ainsi attirée à son magasin, elle s'aperçoit que notre homme possède une ligne d'épiceries de premier ordre susceptible de satisfaire à toutes les exigences, ainsi qu'une ligne ordinaire pouvant répondre à toutes les bourses.

Ce marchand affirme que son commerce a augmenté rapidement depuis que ce changement a été fait.

Les unités des magasins à succursales sont exploitées par des gérants. Ces hommes ne sont pas en général, de la première valeur, souvent ils ne peuvent ni ne devraient occuper de pareilles positions.

Les succursales sont entretenues sur la base de la plus stricte économie, le gérant étant toujours la seule intelligence de la maison et souvent le personnel de vente à lui seul. C'est pour cette raison que les succursales écartent la vente des fruits et légumes frais, sauf des oranges et citrons, parce que le personnel de vente n'a pas le temps de s'occuper de ces marchandises, et que le gérant se rend parfaitement compte que les produits périssables tenus de façon impropre et mis en étalage pêle-mêle sont une source de pertes et causent du tort au commerce.

Et, c'est là, comme le fait remarquer l'épicier en question, qu'intervient l'opportunité de l'épicier individuel. Les magasins-succursales n'ont pas d'individualité, or, l'individualité d'un marchand est son actif le plus sérieux. Ainsi donc, en montrant de façon attrayante des marchandises que le magasin-succursale ne saurait montrer, le marchand individuel s'attire de la clientèle. Une fois cette clientèle entrée dans le magasin elle voit qu'il s'y trouve tout ce qu'on rencontre dans les magasins-succursales ainsi que de nombreux articles essentiels à la vie moderne qui font défaut dans les magasins-succursales. C'est alors que la personnalité du marchand, le caractère du magasin et le service entrent en oeuvre, et que ces éléments produisent un commerce prospère et s'attachent une clientèle fidèle.

Que le caractère soit notre principal actif, chacun de

nous le sait, mais combien de nous savent porter cet actif à l'attention directe des gens qui ne sont pas encore nos clients? Combien de nous savent que nous devons puiser du sang nouveau dans notre clientèle tous les jours si nous ne voulons voir notre commerce s'anémier? Et comment puiser ce nouveau sang nécessaire sans faire de véritables efforts pour attirer à nos magasins ceux qui ne savent rien de nous?

La partie la plus précieuse de notre magasin réside dans nos vitrines. Elles nous coûtent plus que tout autre espace. Employons-les donc de façon constante et non pas par à-coup seulement.

Cela coûte plus pour tenir un magasin donnant un service complet que pour faire marcher un magasin-succursale, et cela pour la bonne raison que le service coûte plus. Il s'ensuit que le marchand individuel doit et peut obtenir plus pour ses marchandises, mais pas beaucoup plus. Si vos dépenses sont, disons 4 pour 100 plus élevées que celles d'un magasin-succursale, cela ne vous justifie pas d'essayer d'obtenir de 20 à 40 pour 100 de plus pour les mêmes marchandises que vendent les magasins-succursales. Si cela semble exagéré, lisez ceci:—

Le propriétaire d'une chaîne de soixante-dix magasins disait récemment que ses enquêtes lui avaient révélé que certains pois, par exemple, vendus par ses magasins à 13 cents, se vendaient chez les épiciers individuels à 18 cents, et que ceux qu'il vendait à 15 cents étaient détaillés à 25 cents par ses concurrents. Et ceci parce que ces épiciers achètent sans la plus petite connaissance des contenus des boîtes, sous l'étiquette privée du jobber ou autre marque qu'ils contrôlent localement ou qui est localement établie dans la demande populaire.

La différence entre 13 et 18 cents représente 27.77 pour 100 de plus. La différence entre 15 et 25 cents représente 40 pour 100 de plus. Des différences excessives comme celles-là ne se produisent pas toujours, mais il y en a assez d'exemples pour pouvoir s'en servir comme terme de comparaison et de telles variations manifestes ne peuvent être justifiées par aucun raisonnement et ne peuvent être expliquées que par le suicide volontaire.

Si vous vendiez au détail ces pois à 14 cents, votre prix serait de 7.14 pour 100 plus élevé. N'est-ce pas assez dans la plupart des cas pour couvrir vos dépenses supplémentaires? Si cela ne suffit pas, vendez-les à 15 cents, ce qui vous donne 13 1/3 pour 100 de plus, et tout bien

considéré c'est suffisant pour combler toute différence raisonnablement admissible.

Si vous détaillez pour 16 cents ce que le magasin-succursale vend 15 cents, vous avez 6.25 pour 100 de plus. Si vous le vendez 17 cents, vous faites 11.76 pour 100 de plus et si vous l'offrez à 18 cents, vous demandez 16.66 pour 100 de plus. Si vous vendez cet article à 18 cents ou deux pour 35, la différence en sus est de 14 2/3 pour 100.

Il est vrai que "le magasin-succursale achète par grosses quantités et de premières mains, payant aussi bon marché que le jobber", mais ce n'est pas toujours un avantage. Souvent les prix baissent après que le magasin à succursales a fait ses achats, et il subit de lourdes pertes. Et puis il n'a qu'un écoulement de stock par saison ou par an. Vous pouvez travailler sur une marge beaucoup plus petite et gagner gros sur un stock renouvelé douze fois ou plus.

Il y a plusieurs choses à apprendre: ne pas acheter sur étiquette sans savoir à chaque saison ce qu'il y a sous l'étiquette. Ne pas acheter trop d'avance ni en quantités dépassant ce que vous êtes sûr de pouvoir vendre dans les trente jours ou moins. Ne pas dépendre des clients pour la mise en stock de certaines marques, mais se fier à son propre jugement. Vous devez contrôler votre commerce de façon à ce que vos clients comprennent que vous savez ce que vous vendez.

Vous devez et vous pouvez prélever un pourcentage légèrement supérieur à celui du magasin-succursale. Vos clients qui préfèrent traiter avec vous, paieront volontiers cette différence. Et comme la ménagère mange le contenu de la boîte de conserve et non l'étiquette, faites qu'elle sache ce qu'elle reçoit.

Sur cette base vous pouvez voir vos ventes augmenter de volume ainsi que vos bénéfices en dépit des magasins-succursales.

Les marchands qui ont diminué les prix de leurs marchandises en suivant les cours des marchés, déclarent que leur volume d'affaires n'a pas diminué sensiblement. L'attention spéciale apportée aux stocks par certains marchands a eu aussi pour résultat de réduire les pertes à leur minimum.

* * *

Les marchands se rendent compte à présent que la vente est devenue un ouvrage autrement dur qu'il ne l'était l'an passé. Les commandes n'arrivent pas sur un plat d'argent, mais beaucoup de commerçants dans la branche d'épicerie ont démontré, ces derniers mois que les gens n'étaient pas opposés à l'achat si on leur donnait une chance.

PATRONS ET EMPLOYÉS

Le bien-être des employés dans tout commerce devrait passer avant les dividendes. Si les salaires sont réduits, la réduction devrait commencer chez le président et les officiers et suivre une marche descendante et non commencer chez le garçon de bureau et suivre une marche ascendante.

Si un employé volait \$5. à son patron, il pourrait être envoyé en prison, mais bien souvent celui-ci le prive injustement de sa position et lui fait plus de tort qu'il n'aurait pu en faire par plusieurs petits vols; mais l'employé n'a aucun recours.

Plusieurs marchands agissent maintenant envers leurs employés dans un esprit de vengeance. Ils disent que pendant les jours de grande prospérité les employés leur ont dit leur fait et se sont fichés d'eux. Les jours sont maintenant arrivés où les marchands se proposent à leur tour de se moquer de leurs employés.

Ce penchant doit être réprimé. Il faut qu'un patron n'ait pas de courage dans sa position de sécurité pour intimider quelque pauvre employé qui, à cause de la cherté de la vie, n'a pas un mois d'épargne à la banque. C'est de la lâcheté de la part de qui que ce soit que de tirer avantage d'une telle situation. Le fort est en état de se montrer gentil et dans les jours que nous traversons, nous avons besoin de montrer de la bonne volonté et de la sympathie envers les employés du magasin plus que toute autre chose. Comment pouvez-vous vous attendre de la loyauté de vos commis, lorsqu'ils voient leur camarade congédié après huit jours d'avis? Quel droit avez-vous de vous plaindre du manque de loyauté dans de telles conditions?

LE STEARATE DE ZINC.

Ce corps s'emploie de plus en plus en Cosmétique et tient une place considérable dans les formules de poudres et de crèmes de beauté.

C'est un corps extrêmement blanc, d'une onctuosité fort agréable à la peau, d'une adhérence extraordinaire, et ce qui ne gêne rien, doué de propriétés nettement hygiéniques et peut-être même médicales.

On l'emploie dans la proportion de 10% dans les poudres de riz, et dans les crèmes son usage est infiniment supérieur à celui de l'oxyde de zinc; il ne donne aucun grain à la crème, même sans porphyrisation préalable et le blanc qu'il donne sur l'épiderme n'est pas exagérément apparent.

Des études sont faites actuellement dans plusieurs centres de dermatologie pour fixer les emplois médicaux de ce produit que l'on peut conseiller sans arrière-pensée à tous les préparateurs de parfumerie.

D'importantes usines le fabriquent à Paris et à Lyon: le prix actuel de ce corps n'est plus un obstacle à son emploi puisqu'on ne le paye que de 12 à 15 francs le kilo selon quantités.

LE NOUVEAU TRAITE DE COMMERCE

:: :: FRANCO-CANADIEN :: ::

Une copie du traité commercial franco-canadien a été déposée en Chambre, la semaine passée, par l'hon. M. Meighen. Le texte original, signé par les représentants accrédités des deux pays n'est pas encore arrivé de Paris.

Voici les dispositions qui sont en vigueur, en attendant qu'un nouveau traité soit signé. Nous donnons le texte officiel :

Article 1er.—Le Canada appliquera à l'importation des produits originaires et en provenance de France les tarifs et taxes les plus favorables qu'il accorde et pourra éventuellement accorder aux produits de toute puissance tierce, à l'exception du Royaume-Uni ainsi que les Dominions et possessions britanniques.

Article 2.—Le Canada accordera de même le traitement de nation la plus favorisée en ce qui concerne l'exportation, le transit, les droits de consommation et taxes intérieures.

Article 3.—Le gouvernement français s'engage à proroger jusqu'à la conclusion de la nouvelle convention de commerce, au bénéfice des produits canadiens importés en France, l'application du régime prévu par les conventions de 1907 et 1909 sous réserve de modifications et additions prévues aux articles suivants.

Articles 4.—Parmi les marchandises énumérées au tableau "A" annexé à la convention de 1907, celles qui sont énumérées à la liste "1" jointe au présent "modus vivendi" cesseront de bénéficier du tarif minimum. Elles jouiront à leur importation en France d'un pourcentage de réduction spécifié à la dite liste. Ce pourcentage portera sur la différence entre le taux du tarif général et celui du tarif minimum. Ce pourcentage restera le même quels que soient les abaissements ou relèvements des droits, coefficients aux surtaxes que la France pourrait instituer à l'avenir.

Article 5.—Outre les produits énumérés à la liste "A" de la convention de 1907, la France admettra les produits énumérés à la liste "2" jointe au présent "modus vivendi" au bénéfice du tarif minimum ou au bénéfice d'un pourcentage de réduction, selon qu'il est déterminé par la dite liste. Ce pourcentage précisé par la dite liste portera sur la différence entre le taux du tarif général et celui du tarif minimum.

Ce pourcentage restera le même quels que soient les abaissements ou relèvements des droits coefficients aux surtaxes que la France pourrait instituer à l'avenir.

Article 6.—Ce présent arrangement restera en vigueur jusqu'à la conclusion d'une nouvelle convention commerciale, mais il sera à tout moment loisible à chacune des

hautes parties contractantes de la dénoncer moyennant préavis de 4 mois.

En foi de quoi les délégués désignés à cet effet, ont signé le présent arrangement.

Fait à Paris, en double exemplaire, le 29 janvier 1921.

Pour le Canada,

HARDINGE of PENSHURST,
GEORGE E. FOSTER.

Pour la France,

BRIAND,
AUG. ISAAC.

LISTE I

Produits canadiens qui ne bénéficieront plus du tarif

minimum :

(Les chiffres à gauche de la colonne sont les numéros du tarif; suit ensuite la désignation du produit et le chiffre du pourcentage fixé par le nouvel accord commercial. Les lettres T. M. signifient "tarif minimum") :

205—Fonte brute de moulage et fonte d'affinage contenant moins de 25 pour cent de manganèse;

Ferro-manganèse contenant plus de 25 pour cent de manganèse;

Ferro-silicium contenant plus de 5 pour cent de silicium;

Silico-spiegel riche contenant au moins 30 pour cent de silicium et de manganèse;

Ferro-chrome contenant 10 pour cent de chrome ou plus;

Ferro-aluminium contenant 10 p.c. d'aluminium ou ferro-aluminium contenant plus de 10 p.c. et moins de 20 p.c. d'aluminium, 15 p.c.; (pour tous les articles ci-dessus mentionnée).

206—Fer brut en massiaux, prismes ou barres, 50 p.c. ;

207—Fer étiré en barres, fer d'angle et à T, essieux et bandages bruts de fonte, 15 p.c. ;

213—Acier en barres, 50 p.c. ;

214—Essieux et bandages de roues bruts de forge en acier, 50 p.c. ;

216—Acier en tôles ou bandes brunes laminées à chaud, acier en tôles ou bandes blanches laminées à froid, 50 p.c. ;

0—120—Sels de Cobalt autres, T.M. ;

0—205—Acétate ou pyrolignite de chaux, T.M.

Ex. 298—Vernis, 20 p.c.

- 312—Savons autres que ceux de parfumerie, T.M.
 325—Colle d'os, de nerfs, de peau, etc., 50 p.c.
 510—Machines à vapeur fixes et machines de navigation, toujours séparées de leurs chaudières, pompes à vapeur fixes, compresseurs d'air et de gaz divers, moteurs à gaz, à pétrole, à alcool, à air chaud, à air comprimé et à tout autre mélange gazeux ou explosif et tous autres moteurs non dénommés, T.M.
 522—Machines pour l'agriculture, T. M.
 525—Machines outils, 50 p.c.
 525—Quater—Machines à rincer, à boucher, à capsules, à remplir les bouteilles, T.M.
 526—Chaudières découvertes, gazomètres, récipients en tôle de fer ou d'acier non galvanisé, radiateurs pour calorifères, réchauds à gaz, à pétrole, à alcool, 30 p.c.
 533—Pièces détachées de machines, de timonerie, de frein et de transmission, en fer ou en acier moulé, en fonte malléable, et pièces détachées de cadres porteurs de châssis d'automobiles en tôle d'acier emboutie ou soudée, T. M.
 Ex 535—Pièces détachées en cuivre pour machines agricoles, T.M.
 535 bis—Pièces détachées de machines et de transmission non dénommées de deux ou plusieurs métaux tels que fer, acier, fonte, cuivre pur ou métaux nommés aux articles précédents, tels que coussinets, robinets et appareils accessoires pour eau, gaz et vapeur, 50 p.c.
 539—Clichés, planches et coins pour impression sur papier autre que tenture, avec ou sans dessin, T.M.
 559—Serrures, 40 p.c.
 559 Bis—Cadenas, 40 p.c.
 568—Articles de ménage et articles non dénommés, émaillés, unis, étamés, décorés sans or, marbre ou granits, sans or, T.M.
 484—Gants, 50 p.c.
 567—Tubes en fer ou en acier non soudés, tubes de fer ou en acier soudés, raccords de toute espèce, tubes en fer ou en acier emboutis ou sans soudure, 20 p.c.
 Ex 591—Ex 592—Meubles autres qu'en bois courbé, moulures, cires, vernis ou autres, 50 p.c.
 Les autres positions du tarif, sous les mêmes numéros ne sont importables qu'au tarif général.
 Ex 604—Orgues, harmoniums, instruments à anches libres métalliques à un ou plusieurs jeux, orgues d'église complètes et pièces détachées, 50 p.c.
 Ex 605—Accessoires et pièces détachées des instruments de musique ci-dessus dénommés, 50 p.c.

LISTE 2

Produits canadiens qui jouiront du tarif minimum ou d'un pourcentage de réduction :

(A gauche de la colonne, le numéro du tarif, suivi de la désignation des produits; les lettres T.M. signifient "tarif minimum".)

20 bis—Boyaux, frais, secs ou salés, T.M.

Ex 26—Plumes de parures apprêtées ou montées, autres plumes à lit brutes, apprêtées et duvet brut ou ap-

prêté, T.M.

Ex 85—Prunes et abricots secs, T.M.

98—Chocolat, T.M.

Ex 110—Huiles fixes pures, huiles de lin, autres huiles, T.M.

160—Houblon, T.M.

161—Lupuline de houblon, T.M.

174 ter—Pommes et poires écrasées, T. M.

197—Huiles de pétrole, de schiste et autres huiles minérales propres à l'éclairage.

198—Huiles lourdes et résidus de pétrole et autres huiles minérales, T.M.

O—117—Oxydes de Cobalt impurs, résidus du traitement de minerais argentifères contenant moins de 50 pour cent de cobalt, T.M.

O—118—Oxydes de Cobalt autres (y compris safres et smalts), T.M.

O—119—Sels de Cobalt hydrates (40 pour cent d'eau au moins), T.M.

Emaux décorés avec or, etc., en feuilles, non couvrés, autres que les trois catégories ci-dessus, 50 p.c.

Le ministre de commerce, sir Georges Foster, proposera bientôt;

"Qu'il est urgent d'approuver les dispositions de la convention de commerce que le gouvernement du Canada a faite avec le gouvernement de la République Française à Paris, en date du 29 janvier 1921;

"Que le gouverneur en conseil pourra faire les ordonnances et règlements jugés nécessaires pour mettre en vigueur les dispositions de la dite convention et les ordonnances et règlements pourront être changés ou révoqués, et devront être soumis aux deux Chambres du Parlement le plus tôt possible après qu'ils auront été faits."

LE RIZ SAUVAGE POUR LES VOLAILLES

Dans les conditions modernes, nos volailles aquatiques sauvages tendent à disparaître ou à quitter leurs sanctuaires habituels pour se réfugier dans des régions encore plus vierges. Le manque de pâture dans les régions cultivées est l'une des raisons principales de leur disparition. Le riz sauvage attire les volailles aquatiques par la nourriture qu'il leur fournit. Le "Riz Sauvage" bulletin 42, deuxième série, des fermes expérimentales fédérales, préparé et illustré par Miss Faith Fyles, aide-botaniste, et fourni gratuitement sur demande, par le bureau des publications, ministère fédéral de l'agriculture, Ottawa, a été préparé en vue de stimuler la culture de cette plante dans les localités convenables. Le riz sauvage habite les provinces de Québec, d'Ontario et du Manitoba; on le trouve dans les baies et les bas-fonds calmes et boueux des lacs et des cours d'eau qui se vident dans le lac Winnipeg, les Grands Lacs et dans le fleuve St-Laurent. Il pousse dans une eau légèrement saumâtre, mais il ne vient pas dans les eaux à goût franchement salé.

La Nouvelle Loi des Licences

(Suite.)

Dispositions particulières

(40.) Les bières ou vins embouteillés qu'une personne, munie d'un permis pour en vendre, se procure dans le but de les distribuer à ses clients ou à ses hôtes, doivent être, pendant qu'ils sont dans le local où cette personne exerce son commerce de liqueurs, gardés dans les bouteilles dans lesquelles ils lui ont été livrés. Tant que ces bouteilles portent la marque ou étiquette qu'elles portaient lors de leur livraison, il est défendu d'y mettre aucune autre liqueur, substance ou liquide, et ni le permissionnaire ni une personne agissant pour lui, après que la liqueur embouteillée dans une des dites bouteilles en a été retirée, ne peuvent remplir celle-ci, entièrement ou partiellement, en vue de fournir une liqueur, substance ou liquide à un client ou à un hôte.

Ledit permissionnaire ne doit ni faire usage, ni permettre qu'il soit fait usage, sur une bouteille dans laquelle des liqueurs sont gardées en vente dans son local, d'une marque ou étiquette n'indiquant pas avec précision et clarté la nature du contenu de cette bouteille, ou pouvant de quelque manière induire en erreur un client ou un hôte sur la nature, la composition ou la qualité de ce contenu.

Ledit permissionnaire ni une autre personne ne doivent, pour aucune raison, mêler, permettre de mêler ou de faire mêler une liqueur alcoolique qu'il n'est pas autorisé à vendre, avec une liqueur alcoolique que son permis l'autorise à vendre.

(41.) 1. La commission ne doit pas vendre ni livrer, les jours de fêtes ci-après déterminés, ni avant neuf heures du matin ni après six heures du soir les autres jours. Le samedi, elle ne doit pas vendre ni livrer après une heure de l'après-midi.

2. Il est défendu aux brasseurs de vendre ou livrer les jours de fête ci-après déterminés, et avant sept heures du matin et après six heures du soir les autres jours.

3. Il est défendu aux personnes ayant un permis pour vendre des bières dans un magasin ou dans une taverne, d'en vendre ou livrer les jours de fêtes ci-après déterminés et avant neuf heures du matin et après dix heures du soir les autres jours. En dehors des jours et des heures où la vente y est permise, les tavernes doivent être fermées.

4. Il est défendu à une personne ayant un permis pour vendre des bières et vins pendant les repas, de vendre depuis dix heures du soir de chaque jour jusqu'à neuf heures de l'avant-midi du jour suivant.

5. Aux fins du présent article, sont considérées comme jours de fête:

a. Les dimanches;

b. Le premier de l'an;

c. l'Épiphanie, le mercredi des Cendres, le vendredi saint, l'Ascension, la Toussaint, la Conception, et Noël;

d. et, pour la circonscription où a lieu une élection municipale ou l'élection d'un député à la Chambre des communes du Canada ou à l'Assemblée législative, le jour où il est procédé au vote dans cette élection.

(42.) Il est défendu de vendre des liqueurs alcooliques:

1. A toute personne n'ayant pas atteint l'âge de dix-huit ans;

2. A tout interdit;

3. A tout tenancier ou pensionnaire de maison de désordre;

4. A toute personne déjà condamnée pour ivresse ou pour une infraction causée par l'ivresse;

5. A toute personne qui a l'habitude de boire à l'excès des liqueurs alcooliques et à qui la commission a, après enquête, décidé d'interdire la vente de ces liqueurs, sur la demande qui lui en a été faite par le mari, la femme, le père, la mère, le frère, la soeur, le curateur, le patron ou autre individu à la charge ou ayant charge de ladite personne ou par le curé, pasteur ou maire de la localité. L'interdiction dans ce cas, dure jusqu'à ce qu'elle soit levée par la commission.

Une vente faite à une des personnes mentionnées aux paragraphes 2, 3, 4 et 5 ci-dessus ne constitue une infraction pour le vendeur que si la commission l'a informé, par lettre recommandée, qu'il est défendu de vendre à telle personne.

(43) La commission peut, à sa discrétion, refuser d'effectuer toute vente de liqueurs alcooliques, sauf les ventes de liqueurs pour les besoins du culte.

La commission devra se procurer et tenir constamment à la disposition des ministres du culte les vins qui sont approuvés par les autorités religieuses et requis pour le service divin ou fins religieuses.

(44.) 1. Aucune liqueur alcoolique ne peut être gardée dans la province, excepté:

a. dans les magasins et entrepôts de la commission, ou autres bâtiments dont elle a le contrôle,

b. dans les établissements où il est expressément permis par la commission de vendre cette espèce de liqueur,

c. dans les établissements où il est expressément permis par la commission de garder cette espèce de liqueur,

d. dans les établissements où, par exception, il est permis par la loi d'en garder,

e. dans la résidence de toute personne, pourvu que la liqueur ne soit pas gardée dans l'intention d'en vendre (une seule vente suffira à établir cette intention),

f. dans un club tel que défini à l'article 3,

g. dans les bagages d'un voyageur qui transporte cette liqueur pour son usage personnel,

h. et, pour le vin, dans les églises, chapelles et dépendances.

Garder une liqueur alcoolique ailleurs que dans les endroits mentionnés au présent paragraphe constitue une infraction à la présente loi.

2. Aucune bière ne peut être transportée dans la province, excepté :

a. directement de l'établissement du brasseur à l'établissement en cette province, d'une personne munie d'un permis pour en vendre, ou à un endroit en dehors de la province; ou

b. directement du magasin d'une personne munie d'un permis pour en vendre dans un magasin, à la résidence, en cette province, d'une personne qui l'a achetée pour son usage personnel.

Toutefois, si les bières doivent être expédiées à un endroit situé en cette province, leur transport en dehors de la municipalité où est situé l'établissement du brasseur ou le magasin de la personne autorisée à en vendre, ou en dehors d'une municipalité contigüe à celle où est situé cet établissement, ne doit être effectué que par chemin de fer, bateau à vapeur, voiturier public ou compagnie de messagerie, ou par l'acheteur lui-même, à condition qu'il les transporte dans son propre véhicule ou dans un véhicule qu'il a loué, directement à sa résidence ou, s'il est muni d'un permis pour en vendre, à son établissement; mais un pareil transport ne peut être effectué par le vendeur, ni par un employé, agent ou représentant de ce vendeur, non plus que par une autre personne intéressée dans la vente.

3. Toute liqueur alcoolique, gardée ou transportée en contravention avec les paragraphes 1 ou 2 du présent article, peut être saisie, sans mandat, par la commission et être confisquée.

Exceptions

(45.) 1. Aucune disposition de la présente loi n'empêche une personne exerçant en la province la médecine, la chirurgie ou l'obstétrique, et enregistrée comme telle en vertu de la Loi Médicale de Québec ou licenciée comme telle par l'Association homéopathique de Montréal, ou une personne licenciée en chirurgie dentaire et inscrite comme telle dans la province, ou une personne exerçant la profession de médecin vétérinaire et inscrite comme telle en vertu de la Loi des médecins vétérinaires de la province de Québec, — d'acheter des alcools en plus grande quantité qu'une bouteille et de s'en servir pour des fins de dissolution ou de stérilisation dans sa propre pratique, ou dans une préparation pour traitement externe qu'elle donne

elle-même, et d'acheter du brandy, tel que défini dans la Pharmacopée Britannique, ou du guildive (rhum), — pour usage dans la composition de ses remèdes; — toutefois, cette personne ne peut vendre ces alcools ou spiritueux autrement qu'en les employant elle-même aux fins susdites.

2. Aucune disposition de la présente loi n'empêche une personne inscrite comme licenciée en pharmacie conformément à la Loi de pharmacie de Québec, et ayant une pharmacie :

a. d'acheter des liqueurs alcooliques en plus grande quantité qu'une bouteille, pour ses préparations médicales, officinales ou pharmaceutiques, pourvu qu'elle ne vende pas ces liqueurs alcooliques autrement qu'en les employant elle-même aux fins susdites;

b. d'acheter de l'alcool éthylique à quatre-vingt-dix pour cent rectifié, mentionné dans la Pharmacopée Britannique, en plus grande quantité qu'une bouteille, et vendre cet alcool pour des fins d'obstétrique ou d'antiseptie seulement, en quantité n'excédant pas deux onces, sur prescription d'un médecin autorisé à pratiquer la médecine dans la province, ou sur son simple certificat, si la vente lui est faite personnellement; — pourvu que cette vente ait lieu pendant les heures et les jours où la commission ne peut vendre.

3. Toute personne mentionnée au présent article doit acheter ces liqueurs alcooliques directement de la commission. Celle-ci peut, à sa discrétion, refuser de vendre la quantité demandée.

(46.) Aucune disposition de la présente loi n'empêche un distillateur dûment licencié par le gouvernement du Canada pour fabriquer des alcools et des spiritueux en cette province, ou un fabricant de vin en cette province, d'avoir ou de garder pour les vendre, dans son établissement en cette province, les liqueurs alcooliques qu'il a ainsi fabriquées, et de les y vendre et livrer.

Toutefois, si ces liqueurs alcooliques doivent être expédiées à un endroit situé en cette province, ce distillateur ou ce fabricant ne peut les vendre qu'à la commission; et ce distillateur ou ce fabricant doit, dans tous les cas, se conformer aux autres dispositions de la présente loi qui lui sont applicables.

(47.) 1. Aucune disposition de la présente loi n'empêche la commission de consentir à la vente et à la livraison d'alcool potable ou non potable par les distillateurs directement aux fabricants d'articles requérant cet alcool, pourvu que chaque quantité d'alcool ainsi vendue et livrée ne soit pas moindre qu'un baril, et pourvu que telle vente et telle livraison soient faites sujettes à telles conditions et pour telles considérations que la commission peut établir.

2. Aucune disposition de la présente loi n'empêche, pour la seule raison qu'il contient des liqueurs alcooliques, de vendre

ROSE BRAND



Réputée depuis 1892

TOUT comme la ménagère minutieuse choisit ses morceaux de viande avec le plus grand soin, cet établissement choisit les produits alimentaires qui portent l'étiquette ROSE BRAND.

Elle ajoute à la saveur de son rôti par une préparation experte. Par des procédés spéciaux qui nous sont propres, nous donnons au Jambon et au Bacon ROSE BRAND cette saveur distinctive qui les ont rendus fameux.

Seuls les produits alimentaires de tout premier choix de notre établissement ont toujours porté l'étiquette ROSE BRAND.

Pour aider nos détaillants à améliorer leurs étalages et à donner un nouvel attrait à leur rayon de produits alimentaires purs, de grandes pancartes superbement coloriées, des cartes de vitrine, etc.,—ont été préparées et leur seront envoyées sans frais sur demande.

CANADIAN PACKING CO., LIMITED

TORONTO - ONTARIO

USINES DE SALAISONS:

Brantford
Toronto
Peterboro
Montréal
Hull



SUCCURSALES:

Fort William
Sudbury
Sydney, N.-E.
Charlottetown, I.P.E.
Winnipeg, Man.

Visitez Notre Manufacture



Des milliers de personnes visitent annuellement notre manufacture et voient les Biscuits McCormick dans le cours de leur fabrication.

Après avoir vu les méthodes modernes employées et la propreté qui règne dans toute notre usine, elles sont mieux à même d'apprécier la qualité de nos produits standard.

McCormick Mfg. Co., Ltd., London, Canada.

Succursales à: Montréal, Ottawa, Hamilton, Kingston, Winnipeg, Calgary, Port Arthur, St. John, N.B., Vancouver.

Le Marché de l'Alimentation

Mercredi, 13 avril 1921.

La situation des affaires a montré une amélioration cette semaine et les maisons de gros rapportent en général un mouvement d'achat plus libéral. Il y a divergence d'opinion en ce qui concerne les collections, quelques maisons de gros disant qu'il y a un ralentissement dans les rentrées, tandis que d'autres rapportent qu'elles sont satisfaisantes. Les détaillants également déclarent que les affaires se sont bien améliorées et avec la température du printemps qui va permettre aux gens de sortir, l'avenir semble très prometteur.

Le sucre raffiné se maintient ferme au prix de base des raffineries et l'impression courante est que le sucre restera aux environs du prix actuel pendant quelque temps.

Les céréales sont bien soutenues, quoique l'avoine roulée en vrac soit un peu plus facile; par suite on peut s'attendre à une légère réduction de l'avoine en paquets.

Les Corinthes sont plus fermes par suite du stock faible en Grèce aussi bien qu'en Canada. L'année passée la Grèce faisait une exportation de plusieurs milliers de tonnes mais cette année on s'attend à ce que l'exportation soit très faible.

Les pommes évaporées sont plus fermes et on constate une demande plus active. Les raisins sont soutenus avec une demande limitée.

Les noix continuent à monter sur les marchés d'origine et le stock en France est très faible. Les amandes de Valence sont également plus fermes, mais pas autant que les noix. Les Pecans sont en forte position et les approvisionnements sont limités. Les noix du Brésil sont faciles et les prix sont bien inférieurs à ceux de l'an dernier.

Les oeufs sont moins chers avec tendance à des prix encore plus faciles.

La section la plus active de la section de l'épicerie semble être cette semaine celle des fruits et légumes. Ceci est probablement dû à la température printanière. De gros arrivages de tomates, de choux nouveaux et les premiers envois de concombres se trouvent sur le marché. Les oranges sont très actives et les expéditeurs font tous leurs efforts pour maintenir les prix malgré la tendance de baisse. Les citrons et les pamplemousses sont un peu meilleur marché cette semaine, tandis que les pommes Ben Davis semblent être plus abondantes avec des prix plus faciles. Le marché du sucre se maintient à sa dernière avance. Il n'y a que très peu de changement pour les conserves, tandis que dans les produits en paquets, il y a une légère diminution de la farine préparée. Il y a une perspective d'un marché meilleur pour le thé par suite de l'amélioration du mouvement du stock et les bonnes qualités montrent des tendances plus fortes. Le marché des céréales est calme par suite de l'approche des chaleurs. Le marché des fruits secs est très ferme avec une bonne demande pour les figues, les dattes et les pommes évaporées en particulier.

MARCHE SOUTENU POUR LE PORC

Viandes fraîches — Le marché est soutenu pour le porc dont les prix se maintiennent aux cours précédents. Les gigots de porc trimés ont subi une légère augmentation de 3 cents ainsi que plusieurs coupes de boeuf.

Cotations fournies par la maison
NOE BOURASSA, LIMITEE,
en date du 13 avril 1921.

Porcs vivants. 16.00

Porcs préparés—

Tués aux abattoirs,
choisi 23.00 23.50

Porc frais—

Gigot de porc (trimé)	0.32
Longes (trimées)	0.35
Longes (non trimées)	0.33
Epaules (trimées)	0.23½
Saucisse de porc (pure)	0.23
Saucisse de Boeuf	0.18

(Steers et Heifers):

Boeuf frais—

Quartiers derrière	0.25	0.26
Quartiers devant	0.14	0.15
Longes	0.34	0.36
Côtes	0.24	0.25
Chucks, haut coté.	0.12	0.14
Hanches	0.18	0.19

(Vaches)—

Quartier derrière	0.23	0.24
Quartiers devant.	0.12	0.13
Longes	0.30	0.32
Côtes.	0.20	0.21
Chucks	0.11	0.13
Hanches	0.18	0.19
Veaux (suivant qualité).	0.08	0.12
Agneaux 35-50 lbs (entiers), la lb.	0.25	0.26
Mouton, 50-75 lbs. No 1	0.14	0.17

MARCHE SOUTENU POUR LES VIANDES CUITES

Viandes cuites — Le marché des viandes cuites reste soutenu cette semaine et on ne signale aucun changement dans les prix.

Cotations fournies par la Compagnie
Canadienne SWIFT, Limitée,
en date du 13 avril 1921.

Langue de porc en gelée. 0.47

Boeuf pressé en gelée, la lb. . .	0.26½
Jambon et langue, la lb. . . .	0.43
Veau et langue.	0.35
Epaules, rôties	0.60
Jambons cuits	0.53
Epaules, bouillies.	0.43
Pâtés de porc (doux).	0.30
Boudin, la lb.	0.13
Mince meat, la lb	0.13
Saucisse de porc, pure	0.30
Bologne, la lb	0.14 0.33

BAISSE DU PORC EN BARILS

Viandes en barils — Marché calme cette semaine pour les viandes en barils. On signale une diminution sensible des différentes qualités de porc en barils.

Cotations fournies par la Compagnie Canadienne SWIFT, Limitée, en date du 13 avril 1921.

Porc en baril—	
Canadian short cut (brl) morceaux de 26-35	44.00
Dos clear fat (brl) morceaux de 40-50	40.00
Porc heavy mess (brl)	40.00
Boeuf plate.	26.00
Boeuf mess	23.00
Porc engraisé aux pois	46.00
Lard gras, épaule	47.00

MARCHE STATIONNAIRE POUR LE JAMBON

Viandes fumées — Le marché des viandes fumées est stationnaire et on ne signale aucun changement de prix cette semaine.

Cotations fournies par la maison GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE, en date du 13 avril 1921.

Jambons fumés Maple Leaf	
8/12	0.37
Jambons fumés, marque	
Gunns, 8/12	0.37
12/16	0.37
16/20	0.36
20/25	0.34
25/30	0.32
30/35 et plus	0.30

Bacon :

Déjeuner Maple Leaf.	0.50
Déjeuner, Marque Gunns.	0.42
Jambons Cottage	0.34
— Picnic	0.24
— bouillis	0.52
— rôtis	0.59
— Sandwich	0.60

MARCHE FAIBLE POUR LE SHORTENING

Shortening — Marché faible pour le shortening qui se maintient aux prix précédemment cotés.

Cotations fournies par la maison GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE, en date du 13 avril 1921.

Shortening Easifirst :

Tierces	400 lbs	0.13
Tinnettes	60	0.13½
Seaux	20	0.14
Seaux	10	0.14
Seaux	5	0.14
Seaux	3	0.15
Blocs		0.15

Shortening Picrus :

Tierces	400 lbs	0.16
Tinnettes	60	0.16½
Seaux	20	0.17

LE SAINDOUX SANS CHANGEMENT

Saindoux — Aucun changement à signaler cette semaine pour le saindoux dont les prix se maintiennent aux cours précédents.

Cotations fournies par la maison GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE, en date du 13 avril 1921.

Saindoux Maple Leaf :

Tierces	400 lbs.	0.18
Tinnettes.	60	0.18½
Seaux.	20	0.19
Seaux.	10	0.19½
Seaux.	5	0.19½
Seaux.		0.20
Blocs.		0.20½

LA BAISSSE DES OEUFS S'ACCENTUE

Oeufs — La baisse des oeufs s'accroît et on signale cette semaine une nouvelle diminution de 1 cent par douzaine.

Cotations fournies par la maison GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE, en date du 13 avril 1921.

Frais pondus	0.33
------------------------	------

LA MARGARINE EST FAIBLE

Margarine — Le marché de la margarine est calme et les prix de la marque Tip-Top ont baissé d'une cent cette semaine.

Cotations fournies par la maison GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE, en date du 13 avril 1921.

Tip Top, blocs	0.29
— Tinnettes	0.28

National, blocs.	0.28
— tinnettes	0.27
Humber, blocs.	0.24
— tinnettes.	0.23

LEGERE BAISSSE DE BEURRE

Beurre — Le beurre commence à baisser et accuse cette semaine une légère diminution de 2 cents par livre.

Cotations fournies par la maison GUNN, LANGLOIS & CIE, LIMITEE, en date du 13 avril 1921.

Beurre crèmerie No 1	0.54
Beurre crèmerie, bloc 1 lb.	0.55
Beurre crèmerie No 2	0.53
Laiterie	0.43

MARCHE CALME POUR LE FROMAGE

Fromage — Le marché du fromage est calme cette semaine et on signale une légère diminution du fromage doux et du fromage double.

Double, la lb.	0.28
Triple, la lb.	0.29
Stilton, la lb.	0.36
Fantaisie vieux fromage, la lb.	0.35
Doux	0.29

LA VOLAILLE EST FERME

Volaille — Le marché de la volaille est ferme cette semaine. Aucun changement de prix à signaler.

Cotations fournies par la maison WALTER DEERY & CO., en date du 13 avril 1921.

Poule.	0.32	0.38
Poulet	0.38	0.45
Dindes.	0.58	
Dindons.	0.60	
Oies.	0.38	
Canards domestiques	0.42	
Canards du lac Brôme	0.48	
Chapons	0.50	

MARCHE CALME POUR LE POISSON

Poisson — Le marché du poisson est calme cette semaine et on signale une légère diminution du Haddock, de la Morue et du Homard. Par contre le doré et les crevettes sont un peu plus chers.

Cotations fournies par la maison D. HATTON COMPANY, en date du 13 avril 1921.

Poisson frais	
Haddock	0.10

Morue, pour le marché	0.08
Crevettes	0.55
Homards vivants	0.40
Poisson blanc	0.20
Flétan	0.23
Brochet	0.16
Carpe	0.20
Perchaude	0.15
Doré	0.25
Truite	0.22 0.25

Poisson fumé

Haddies, BXs, X la lb.	0.10
Filets	0.14
Bloaters, la boîte 50.	2.50
Kippers, la boîte 50.	2.50
Hareng fumé sans arêtes	0.20
Hareng saurs, la boîte	0.24

Poisson gelé

Gaspereaux, la lb.	0.06	0.07
Harengs	0.05	0.06
Flétan, gros et petit	0.19	0.20
Flétan, de l'Ouest, moyen	0.21	0.22
Haddock	0.05	0.06
Maquereau	0.16	0.17
Doré	0.12	0.13
Morue en tranches.	0.06½	0.09
Saumon de Gaspé, la lb.	0.29	0.30
Saumon Colombie, rouge.	0.22	0.23
Saumon, Colombie, pâle	0.12	0.13

Morue—

Morue, grosse, brl, 200 lbs	15.00
Morue, No 1, medium, brl de 200 lbs.	14.00
Morue No 2, brl de 30 lbs	12.00
Pollock No 1, brl de 200 lbs.	12.00
Morue, sans arêtes, (boîtes de 30 lbs), la lb.	0.20
Morue, sans arêtes, (cartons de 24 lbs), la lb.	0.18
Morue (Ivory), morceaux de 2 lbs, boîtes de 20 lbs.	0.15
Morue, sans arêtes (2 lbs).	0.20
Morue, en filaments (boîtes de 12 lbs).	2.40 2.50
Morue séchée, ballots de 100 lbs	12.00
Harengs Labrador No 1 Brls	12.00
Harengs Labrador No 1, ½ brls	6.50
Saumon Labrador No 1 trcs.	35.00
Maquereau No 1. brls.	25.00
Saumon Labrador No 1 brls.	25.00
Truite de mer.	20.00

LA FARINE EST STABLE

Farine — La farine est stable et se maintient aux prix diminués de la semaine dernière.

Nous cotons:

Farines de blé—

Chars straight ou mixtes, 50,000 lbs, sur la voie, le baril. en (2) sacs de jute, 98 lbs.	9.80
En (2) sacs de coton, 98 lbs.	10.20
Petits lots, le baril (2) sacs de jute, 98 lbs.	9.80
Farine de blé d'hiver (baril). 2 sacs jute.	9.50
1ère Patente, par (2) sacs de jute, 98 lbs. ex entrepôts.	10.30

Farine à engrais, par (2) sacs 98 lbs.	5.20
Son, \$33.25 par tonne f.o.b. Montréal.	
Gru, \$35.25 par tonne f.o.b. Montréal.	

BAISSE DES GRAINS

Foin et grains — Marché faible pour les grains cette semaine. L'orge et le blé d'Inde subissent tous deux une diminution assez sensible.

Cotations fournies par la maison QUINTAL & LYNCH, en date du 16 avril 1921.

Foin, paille, grain (prix du gros par lots de chars) :

Foin:

Bon, No 1. tonne de 2,000 lbs.	
Bon, No 2.	24.00 25.00
Bon, No 3.	22.00 23.00
Paille	14.00

Avoine:

No 2 C.W. (34 lbs).	0.64
No 3 C.W.	0.60
Extra Feed.	0.60
No 1 Feed	0.58
No 2 Feed	0.57

Orge:

No 2 C.W.	1.06
No 4 C.W.	0.94
Feed.	0.84
Blé-d'Inde No 2 jaune	0.80
(Fonds américains)	
Blé-d'Inde No 3 jaune	0.78
(Fonds américains)	

Note — Ces prix sont à l'élevateur et ne comprennent pas le coût des sacs.

LE SUCRE EST FERME

Sucre — Le marché du sucre semble se stabiliser et les cours se maintiennent aux prix de base précédemment fixé de \$11.00.

Atlantic, extra granulé	11.00
Acadia, extra granulé	11.00
St. Lawrence, extra granulé	11.00
Canada, extra granulé.	11.00
Glace, barils.	11.20
Glace, (caisses de 25 lbs).	11.60
Glace, (caisses de 0 lbs).	11.40
Jaune No 1.	10.60
Jaune No 2 ou.	10.50
Jaune No 2.	10 50
Jaune No 4.	
En poudre, barils.	11.10
En poudre, 50s.	11.30
En poudre, 25s.	11.50
Cubes et dés, 100 lbs	11.70
Cubes, boîtes de 50 lbs	11.80
Cubes, boîtes de 25 lbs	12.50
Cubes, paquets de 2 lbs.	13.50
En morceau, Paris, barils.	11.60
En morceau, 100 lbs.	11.60
En morceau, boîtes de 50 lbs.	11.70
En morceau, boîtes de 25 lbs.	12.00
En morceau, boîtes de 5 lbs.	11.75
En morceau, boîtes de 2 lbs.	13.50

En morceau, boîtes de 25 lbs.	12.00
Crystal diamond, barils	11.80
" " boîtes, 100 lbs.	11.70
" " boîtes, 50 lbs	11.80
" " boîtes, 25 lbs	12.00
" " caisses de 20 cartons	12.75

LA MELASSE EST CALME

Mélasses — Marché calme pour la mélasses et les sirops de canne qui se maintiennent aux cours précédemment cotés.

Sirop de canne (Crystal Diamond) : Boîtes de 2 livres, 2 douz. à la caisse. 7.00

Mélasses des Barbades, Fancy. Prix pour l'île de Montréal:—

Tonnes	0.77½
Barils.	0.80½
Demi-barils.	0.82½

LES SIROPS DE BLE D'INDE PLUS FERMES

Sirops de blé d'Inde — Le marché est plus ferme pour les sirops de blé d'Inde qui maintiennent leurs cours précédents.

Cotations fournies par la CANADA STARCH CO., en date du 13 avril 1921.

Sirop de blé-d'Inde:—

Barils environ 700 livres	0.06½
½ barils	0.06½
¼ barils	0.07½
Boîtes de 2 livres, caisse 2 doz. la caisse	4.50
Boîtes de 5 livres, caisse 1 doz., la caisse	5.30
Boîtes de 10 livres, caisse ½ doz. la caisse	5.00
2 galls, seau 25 lbs., chaque	2.25
3 galls, seau 38½ lbs. chaque	3.25
5 galls, seau 65 lbs., chaque	5.20

Sirop de blé-d'Inde blanc:

Boîtes de 2 livres, 2 douz. à la caisse	5.10
Boîtes de 5 livres, 1 douz. à la caisse, la caisse	5.90
Boîtes de 10 livres, caisse ½ la caisse	5.60

LASSIES:—

Wagons	0.05½
Barils	0.05½
½ barils	0.06
¼ barils	0.06½

TENDANCE DE BAISSSE SUR LES LEGUMES

Légumes — Le marché des légumes est bien approvisionné et une tendance de baisse se manifeste principalement sur les pommes de terre, tomates, etc.

Cotations fournies par la maison
CHARBONNEAU & FRERES,
 en date du 13 avril 1921.

Betteraves nouvelles, sac (Montréal)	1.00
Chou-fleur canadien, douz. double caisse	3.75 4.00
Chou (Montréal) baril	1.00
Carottes (sac)	1.00
All, lb	0.30
Laitue, Canada, doz.	1.50
Poireaux, douz.	0.75
Oignons rouges, 75 lbs.. . . .	1.25 1.50
Oignons espagnols, caisse	5.50
Persil (canadien)	1.00
Panais, sac	1.50
Pommes de terre Montréal, sac de 80 lbs	1.00 1.15
Pommes de terre sucrées, manne	3.50
Navets, (Québec) sac	1.35
Navets (Montréal)	0.75
Cresson (douz.)	
Atacas	23.00
Céleri Californie, douz.. . . .	2.00
Céleri Californie, caisse	10.00
Tomates Floride, caisse	8.00
Céleri, Floride, douz., \$1.25 à . . .	2.00
Céleri Floride, caisse	5.00

MARCHE FERME POUR LES CONSERVES

Conserves — Le marché des conserves est ferme et il n'y a aucun changement dans les cours à signaler cette semaine.

CONSERVES DE LEGUMES—

Asperges (américaines vertes), doz. 2 1/2 s.	4.50 4.85
Fèves, Golden Wax	2.15 2.20
Asperges importées, 2 1/2 s. . . .	5.50 5.55
Fèves, Refuges	2.15 2.20
Blé-d'Inde (2s)	1.60 1.70
Betteraves, 2 lbs.	1.35
Carottes (tranchées), 2s.	1.45 1.75
Blé-d'Inde (en épis) gal.	7.00 7.50
Epinards, 3s.	2.85 2.90
Epinards, Can. (2s)	1.80
Epinards Californie, 2s.. . . .	3.15 3.50
Tomates, 1s.	1.40
Tomates, 2s	1.52 1.60
Tomates, 2 1/2 s.	1.50 1.55
Tomates, 3s	1.85 1.90
Tomates, gallons	5.70 5.75
Citrouille, 2 1/2 s. (douz.).. . . .	1.50 1.55
Citrouille, gallon (douz.)	4.00
Pois, standards	2.05 2.10
Pois, early June	2.25
Pois, très fins, 20 oz.	2.10
Pois, 2s., 20 oz.	2.10

Pois importés—

Fins, caisse de 100, la caisse.	27.50
Extra fins.	30.00
No 1. L	23.00

CONSERVES DE FRUITS

Pommes, 2 1/2 s. douz.	1.90 2.00
Pommes, gall., douz.	5.25 5.75
Blueberries, 2s	2.25
Grossilles, noires, 2s douz. . . .	4.00 4.05
Cerises, rouges, sans noyau, sirop épais, la douz.	4.50 5.15

LES EPICES SONT STABLES.

Epices — Le marché des épices est assez stable cette semaine. Les prix se maintiennent et on ne signale qu'une légère diminution des clous.

Cotations fournies par la maison
J. J. DUFFY & CIE,
 en date du 13 avril 1921.

Allspice	0.20
Cassia	0.32 0.35
Cannelle—	
Rouleaux.	0.35
Pure moulue	0.35
Clous	0.40 0.45
Crème de tartre (française pure)	0.65 0.70
(licorée canadienne	0.25
Américaine (high test)	0.75 0.80
Gingembre Jamaïque.	0.35
Gingembre (Cochin ou Japon)	0.30
Macis	0.60 0.70
Epices mélangées.	0.30 0.32
Muscade, entières	0.35 0.38
Muscade, moulue.	0.35 0.40
Polvre noir	0.30 0.35
Polvre blanc	0.35 0.40
Polvre (Cayenne).	0.35 0.37
Epices à marinades	0.26 0.28
Paprika.	0.50
Turmeric.	0.25 0.30
Acide tartrique, la lb. (en cristaux ou en poudre).	0.75 0.85
Graine de cardemome, la lb., en vrac	1.50
Carvi (carraway) holl nominal	0.25 0.30
Cannelle, Chine, la lb.	0.30
Cannelle, la lb, moulue	0.30 0.35
Graine de moutarde, en vrac.	0.35 0.40
Graine de céleri, en vrac (nominal).	0.60
Clous ronds, entiers, (Pimento).	0.18 0.20

LES FRUITS SONT STABLES

Fruits — Le marché des fruits est stable cette semaine, cependant les citrons et les oranges de Californie accusent une certaine baisse.

Cotations fournies par la maison
HART & TUCKWELL
 en date du 13 avril 1921.

Pommes—	
Ben Davis	8.00 8.50
Spies	8.50 9.50
Pommes en caisses.	3.50 5.00
Pamplemousse Floride, 46, 64 et 64	5.50 7.00
Citrons de Californie	4.25 4.50
Oranges de Californie	4.75 5.60
Bananes	6.50 7.00
Ananas	12.00
Dattes nouvelles, lb.	0.12 0.22

LES FRUITS SECS SONT TRANQUILLES

Fruits secs — Marché tranquille pour les fruits secs cette semaine. Le seul

changement à signaler est une diminution sur les pommes évaporées.

Nous cotons.

Abricots, fancy	0.40
Abricots de choix	0.36
Abricots, glabs	0.29
Pommes (évaporées),	0.11 1/2
Pêches (fancy)	0.25 0.29
Poires de choix	0.22 0.27

Pelures séchées:

De choix.	0.26
Ex. fancy.	0.30
Limon.	0.45
Citron.	0.68
Pelures (mêlées et tranchées) doz.	3.25

Raisin:

En vrac, Valence, boîtes de 25 lbs., la lb.	0.23
Muscatsels 2 couronnes	0.22 1/2
“ 1 couronne.	0.26
“ 3 couronnes	0.26
“ 4 couronnes	0.27 1/2
Sans pepins de Calif. cartons 16 onces.	0.28 0.30
Corinthes (vrac)	0.19
Corinthes grecs, 16 onces.	0.21 1/2
Epepiné, fancy.	0.26 0.28
15 onces	0.12
Dattes, vrac	3.25
Farcies, boîtes de 12 lbs.	0.08
En paquets seulement.	7.00
“ Dromadaire (36 10 onces)	5.00
En paquets seulement, Excelsior, 36 x 10 oz.	0.15
Figues 2 1/4 s, la lb.	0.17
Figues 2 1/2 s, la lb.	0.20
“ 2 1/2 s, la lb.	0.20
Figues blanches (70 boîtes 4 onces), 3.50, 50 x 6 oz.	1.25
12 x 10 oz.	0.08
lbs, la lb	0.08

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

20-30s	0.33
30-40s	0.22
40-50s	0.19
50-60s	0.18
60-70s	0.15
70-80s	0.13
80-90s	0.11
90-100s	0.09

LE CAFE SANS CHANGEMENT

Café — Marché calme pour le café qui se maintient aux cours de la semaine précédente.

Cotations fournies par la maison
KEARNEY BROS.,
 en date du 13 avril 1921.

Café—	La livre
Rio	0.20 0.23
Mexique	0.42 0.46
Jamaïque	0.29 0.34
Bogota	0.38 0.41
Mocha	0.50 0.52
Mocha (genre).	0.48 0.50
Santos, Bourbon.	0.30 0.34
Santos No 1	0.31 0.34
Santos No 2	0.26 0.28
Maracaho	0.33 0.37

LE THE EST STABLE

Thé — Le marché du thé est stable cette semaine et semble devoir se maintenir aux prix précédemment cotés.

Cotations fournies par la maison KEARNEY BROS.,

en date du 13 avril 1921.

Nous cotons:

Thés Japon—(nouvelle récolte)

Choix	0.48	0.52
Early Picking	0.55	0.65
Meilleures variétés	0.80	1.00

Ceylan et Indes—

Pekeos	0.29	0.44
Orange Pekeos brisé.	0.48	0.58
Oranges Pekeos.	0.38	0.60

Gunpowder Tea—

Imperial	0.45	0.55
Pinhead	0.50	0.65
Pea leaf	0.35	0.45

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

LES POIS ET LES FEVES

Pois—

Blanc, le minot	4.50
Bleus, le minot	3.60
Cassés, récolte nouvelle 98 lbs	5.50
Pour bouillir, le boisseau.	3.50
Japonais, verts, la lb	0.06

Fèves—

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

PEAUX VERTES ET LAINES

Peaux de cheval, la pièce	2.25	2.50
Peaux de mouton, la pièce	0.50	0.75
Peaux de boeuf ou vache, la lb.	0.05	
Peaux de veau de lait, la lb.	0.15	
Peaux de taureau, la lb.	0.03	
Peaux de veau de son, la lb.	0.06	
Laine lavée, la lb	0.18	0.25
Laine non lavée	0.15	
Deacons, 50c to \$1.00.		

FARINE PREPAREE DE BRODIE ET HARVIE

"XXX" (étiquette rouge) Paquets de 3 lbs, la douz.	\$2.85
"XXX" (étiquette rouge) Paquets de 6 lbs, la douz.	5.60
Crescent (étiquette rouge) paquets de 3 lbs, la douz.	2.80
Crescent (étiquette rouge) paquets de 6 lbs, la douz.	5.50
Superbe (étiquette rouge) paquets de 3 lbs, la douz.	2.75
Superbe (étiquette rouge) paquets de 6 lbs, la douz.	5.40
Crêpes (étiquette rouge) paquets de 1½ lbs, la douz.	1.50

POUDRE A PATE "COOK'S FAVORITE"

	la douzaine
Boîte carrée, 1 lb. (2 douz. par caisse).	3.45
Boîte ronde, 1 lb. (2 douz. par caisse).	3.35
Boîte ronde, ½ lb. (3 douz. par caisse).	2.00
Boîte ronde, ¼ lb. (4 douz. par caisse).	1.35
Escompte spécial par lot de 20 caisses.	

LES CEREALES RESTENT STABLES

Céréales. — Les céréales restent stables aux prix précédemment cotés.

Céréales—

Cornmeal, golden, granulé.	3.25
Orge perlé (sac de 98 lbs.)	5.75
Farine de sarrasin (98 lbs) nouvelle	5.25
Orge mondé, (98 lbs)	4.75
Hominy gruau, (98 lbs)	5.25
Hominy perlé, (98 lbs)	5.00
Graham, baril	11.00
Oatmeal (standard granulé)	4.00
Avoine roulée, 90s (en vrac)	3.50

PARAFFINE

Cotations fourmes par la compagnie

IMPERIAL OIL LIMITED

en date du 13 avril 1921.

118-20 M.P. cire paraffine, lb. \$	8.75
123-25 M.P. cire paraffine, lb.	9.25
128-30 M.P. cire paraffine, lb.	10.25
133-36 M.P. cire paraffine, lb.	11.25

MARCHE FAIBLE POUR LES ENGRAIS

Engrais — Les engrais sont toujours moins soutenus et continuent à montrer une sensible tendance à la baisse.

Son, wagons mélangés	33.00
Short, wagons mélangés.	35.00
Moulée d'avoine.	40.00
Farine à bestiaux, 98 lbs.	2.30

MARCHE CALME POUR LES PRODUITS EN PAQUETS

Produits en paquets — Marché calme pour les produits en paquets dont quelques-uns accusent une tendance à la baisse.

Nous cotons:

Breakfast food, caisse 18	3.50
Cocoa Fry's, bte ½ lb., lb	0.52
" Bakers, bte ½ lb.	0.52
" Lawneys, bte ¼ lb.,	0.54
Flocons maïs, caisse 3 douz.,	3.65 3.50
Flocons, avoine, 20s	5.40
Avoine roulée, 20s	5.60
Avoine roulée, 18s	2.00
Oatmeal, coupe fine, paquets, caisse	6.00
Riz puffé	5.70
Blé puffé	4.40
Farine, caisse	3.25
Hominy, perle ou grain, 2 douz.	3.65
Health bran, (20 paquets) caisse	2.85
Orge perlé écossais, caisse	2.70
Farine à crêpe, caisse	3.70
Farine à crêpe, préparée, douz.	1.90
Wheat food, 18-1½	3.25
Farine de sarrasin, csse, 3 dz.	8.15
Flocons de blé, caisse 2 douz.. . . .	2.75
Oatmeal, coupe fine, 20 pqts	6.00
Blé à porridge, 36s caisse.	6.40
Blé à porridge, 20s caisse	6.00
Farine préparée (paquets de 3 lbs.), douz.	2.85
Farine préparée (paquets de 6 lbs.), douz.	5.60
Corn Starch (préparé)	0.10
Farine de pomme de terre	0.12
Benson Corn Starch, 1s. lb	0.10
Canada Corn Starch, 1s. lb.	0.08½
Canada Laundry Starch, lb.	0.08
Fleur tapioca.	0.12½

PRODUITS PURITAS

Poudre à pâte.

Caisse de 4 dz. de 2 onces, la dz.	0.90
— 4 — 4 —	1.35
— 4 — 6 —	1.80
— 4 — 8 —	2.25
— 2 — 12 —	3.05
— 4 — 12 —	2.95
— 2 — 16 —	3.80
— 4 — 16 —	3.75
— 1 — 2½ lbs, la dz.	9.25
— ½ — 5 lbs, la dz.	16.50

Case assortie { 2 dz. 4 onces } la case	9.40
{ 1 dz. 12 oz }	
{ 1 dz. 16 oz }	

Emballage en boîtes de fer-blanc. Escompte spécial de 5% sur toute commande de 3 caisses ou plus de

Poudre à Pâte Puritas. noyau.	4.55 4.75
---------------------------------------	-----------

GELEE DE TABLE

(Dix essences)

Caisse contenant 1 gr. ou 13 cartons d'une douz. chacun.	
La douzaine.	1.35
La grosse.	16.20

GELATINE CRYSTAL

(Non aromatisée)

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

SODA A PATE

100% pur.

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

PROMPT TAPIOCA

Caisse de 4 douzaines, la douz.	\$1.50
---------------------------------	--------

MACDONALD'S

Un écoulement rapide produit de gros bénéfices

Le succès du détail dépend de l'écoulement. Peu vous importe que vous puissiez faire cinquante pour cent de profit sur un article s'il faut un an pour le vendre.

C'est l'écoulement rapide qui a fait du Macdonald la ligne la plus profitable du Canada. La demande pour les tabacs Macdonald ne faiblit jamais. Il se vend plus de Macdonald que de toute autre sorte de tabac. Votre capital n'est pas immobilisé longtemps — vous vendez plus de tabac — vous faites plus de bénéfice.

Non seulement cela, mais vous faites un **plus grand pourcentage** de profit sur le Macdonald — **profits supplémentaires** qui font que cela vaut la peine pour vous de vendre le tabac avec un cœur.



Le Tabac avec un cœur



LES TRIBUNAUX

JUGEMENTS EN COUR SUPERIEURE

- L. Brunelle vs Geo. A. Bouer, Westmount, \$487.
 Royal & American Embroidery Cord & Tassel Co. vs M. Dickstein, Wolf Myerson, Myerson Bros., Montréal, \$533.
 Ed. Bernard vs Michael Matte, Montréal, \$1886.
 Larivière Inc. vs Marie-Anne Gauthier et vir, Mde Marcel Robin, Montréal, \$337.
 Ferd. Payan vs Henri Payan, Montréal, 4e classe.
 A. Vailhancourt vs G. J. S. Perreault, Montréal, \$198.
 Xavier Martineau vs Sovereign Lime Co., Ltd, Montréal, \$607.
 Succession R. de Gorog vs Leopoldine Vancière, Mde R. de Gorog, R. de Gorog & Cie, Montréal, \$1300.
 Institution Catholique des Sourds-Muets vs Nap. Germain, Montréal, 4e classe.
 E. Cavanagh Co. Ltd vs Ernest Pépim, Montréal, \$152.
 W. Reed vs Leonard Raftery, Montréal, \$100.
 Maggie Young Charland vs Alph. Le-fevre, Verdun, \$210.
 J. L. Reay vs W. Maud Fickus, Mde Geo. M. Miller, Miller Mfg. Co., Montréal, \$745.
 Swift Can. Co., Ltd vs Jos. Dutremble, Lachine, \$160.
 C. N. Clermont Ltd vs A. Durócher, Lachine, \$120.
 Shérif de Montréal vs Dora Siminovitch, Montréal, \$537.
 Larivière Inc. vs Marcel Robin, Montréal, \$337.
 Faso-Kitch-E-mon-E-Too-So-ne-ah Ltd vs Geo. Boisclair, Montréal, \$122.
 Robert Terroux vs Ville de St-Lambert, St-Lambert, \$45.
 Berlind Phonograph Ltd vs J. P. Walsh, Montréal, \$104.
 J. O. Larivée vs J. E. Morin, Beloeil, \$137.
 L. A. Lacombe vs Alf. H. Lavoie, Montréal, \$196.
 Wm. Gray & Sons Campbell Ltd vs Vict. Tremblay, La Doré, \$37.
 Empire Brass Foundry vs W. J. Dunn, Montréal, \$432.
 J. E. Côté vs L. D. Latour, R. D. Latour, E. D. Latour, Montréal, \$1752.
 Rev. A. W. Meunier vs Abraham Klein, Montréal, \$200.
 Perron & Cie vs Sir Wm. D. Reid, Montréal, \$2031.
 C. Simard vs J. L. Bergeron, Montréal, \$200.
 Brit. Am. Oil Co., Ltd vs Honoré Gervais, Terrebonne, \$154.
 H. Roch vs J. Young, Montréal, \$156.

JUGEMENTS EN COUR DE CIRCUIT

- J. Lamoureux vs Wid. H. Kelly, \$60.
 J. Charbonneau vs Geo. Latulippe, \$60.
 Pilon & Fortier vs Jos. Verrault, \$20.
 Martel Stewart Company Ltd vs Canadian Coal Briquette & Liquid Fuel Co., Ltd., \$15.
 R. Dubuc vs Alb. Dubé, \$10.
 C. Carter vs Donald Fraser, \$25.

- A. Schayd'leur vs J. Roy, \$23.
 J. A. Pichet vs Omer Doucet, \$15.
 Midways Ladies Store vs Bernadette Cairo, \$26.
 D. Bourassa vs Léopold Archambault, \$16.
 J. Abdallah vs L. Ungar, \$46.
 C. St-Aubin vs Nap. Déglise, \$95.
 A. Boathillier vs Henri Balthazar, \$60.
 British Colonial Furniture Co., Ltd., vs Mde E. Roach, \$90.
 J. Bevola vs Art. Lavoie, \$50.
 J. E. Amyot vs Chs Turcot, \$18.
 A. Bacal vs Harry Sanders, \$17.
 Lavery & Demers vs Mde Peter Burma et vir., \$48.
 O. Simard vs J. B. Gendron, \$18.
 Montreal Light, Heat & Power Company vs A. Couture, \$11.
 E. Legault vs A. Latour, \$29.
 J. E. Corbin vs G. Dussault, \$12.
 Cohon Limited vs Ulric Picotte, \$11.
 A. Dumain vs Highland Farms Limited, \$95.
 F. C. McCrory vs Roméo Soulières, \$41.
 J. N. Blay vs Jos Lafeuille, \$72.
 W. Jetté vs E. R. Dufresne, \$57.
 N. Lamontagne vs Geo. Marleau, \$29.
 J. Lanois vs Wid. L. G. Charland, \$45.
 J. Garmaise vs Jos Raciocot, \$27.
 J. Garmaise vs Geo. E. Grenier, \$10.
 J. Garmaise vs Horm. Goulet, \$38.
 Inter. Ocean Auto Co. Ltd vs J. E. Larin, \$36.
 J. A. Brosseau Limitée vs Delphis Morel, \$39.
 J. P. Lesage vs Henri Pouliot, \$47.
 Wid. I. Carmel vs Alex. Gutowski, \$16.
 Royal Investment Company vs Mde M. Lapierre, \$15.
 A. Dion vs Jas Ingram, \$42.
 N. J. Laporte vs Marc McCarthy, \$14.
 Hon. Sir Alex. Lacoste et al vs J. Alf. Choquette, \$75.
 A. Martineau vs G. C. Chagnon, \$11.
 Coatu & Savignac vs Z. Martel & Cie, \$14.
 P. Kuchinsky vs E. D. Jérôme, \$10.
 I. McCann vs S. B. Houle, \$70.
 S. Caplan et al vs John Howard, \$31.
 vs S. J. King, \$33.
 vs W. Marchand, \$19.
 vs Robert Wiseman, \$51.
 vs Henry Kaiser, \$42.
 vs L. Lachapelle, \$98.
 vs J. St-Michel, \$55.
 vs W. Carrières, \$13.
 vs A. St-Michel, \$39.
 vs G. R. Chagnon, \$22.
 vs V. Laferrrière, \$40.
 vs J. Moquin, \$46.
 vs N. Nettleton, \$15.
 vs A. Miron, \$52.
 vs L. D. Latremonette, \$58.
 vs W. Bellemare, \$15.
 vs Hy. W. Edmonds, \$40.
 vs Mde C. Aubay, \$58.
 vs A. Jamieson, \$14.
 vs A. Hotte, \$13.
 vs A. Labelle, \$23.
 vs E. Mallette, \$20.
 vs J. R. Vincent, \$23.
 vs Louis Aceti, \$51.
 M.L.H. & P. Co. vs E. Robidoux, \$24.
 vs Wm. W. Dryden, \$15.
 vs Thos. Neville, \$11.
 vs Omer Beaulac, \$15.
 vs Adélar Vézina, \$12.
 vs Edwin Stevens, \$10.
 vs Jos A. Seymour, \$12.
 vs F. Faucher, \$15.
 vs Philippe Rioux, \$10.
 vs Jean Leduc, \$12.

- vs E. A. Dodd, \$10.
 N. C. Polson Cy Ltd vs E. Lemieux, \$32.
 G. Lucas vs Ls Venne, \$12.
 L. Hamelin vs Ls Frankel, \$54.
 R. B. Hutcheson et al vs Chs Heathe, \$13.
 Cie Fortier Limitée vs A. Sabetta, \$65.
 Elair, Laverty & Hale vs C. B. Harrison, \$89.
 Glasgow Brook & Company vs G. E. Watts, \$24.
 E. Laporte vs J. alias Aug. Pelletier, \$24.
 W. Daoust vs J. A. Laframboise, \$37.
 Jas Ogilvy's Limited vs Wm. T. Craig, \$59.
 Marché Lafontaine Enreg. vs Art. Denys, \$38.
 P. F. Collier & Son vs Alcide Malo, \$33.
 A. Goodenhoff vs Robert Miller, \$98.
 Dunlop Tire & Rubber Goods Company vs H. R. Bignell, Trois-Rivières, \$41.
 Sun Company of. Canada Ltd vs J. Bouchard, Kénogami, \$54.
 I. Schachter vs Gordon Young, Lachine, \$23.
 A. Gobeille vs G. R. Fraser, Outremont, \$13.
 L. Y. Patrick vs W. R. Gilmour, \$50.
 A. Essner vs J. C. H. Laflamme, \$77.
 Société d'Administration Générale vs J. E. Lajeunesse, \$48.
 Desmarais & Robitaille Limitée vs A. Wenstein, \$41.

SOUS LA LOI DES FAILLITES

Elite Printing Company, Limited, de Montréal.
 Griffiths, A. E., de Montréal.
 VerRobert & Gibeau, de Montréal.
 Montreal Provision Company, Ltd., de Montréal.
 Leduc, Firmans, de St-Hyacinthe.
 St-Armand & Frère, de Grondines.
 Fontaine, Omer, de St-Maurice.
 Perron, Arthur, de Ste-Irène.
 Wauregan Shirt Company, de Montréal.

Nouveaux Déposants sous la Loi Lacombe

Déposant	Patron
J. P. Bélanger	Garage Impérial
C. Desruisseaux	Thos. Davidson Co.
Alfred Dubois	Lawrence Leach Co.
Théodule Gauvreau	R. Saffard Bros
David Langlois	Standard Paint of Canada
Henri Mathieu	Dupuis Frères Ltée
C. A. Sanderson	Canadian Asbestos
Shea Jeremiah	Café Continental

SI VOUS EPROUVEZ QUELQUE
EMBARRAS DANS VOS ACHATS

CONSULTEZ

LES ANNONCES DU

PRIX COURANT

ET ECRIVEZ AUX ANNONCEURS

Le Ketchup aux tomates de CLARK

M. l'Épicier, fait une bonne ligne à offrir en cette saison. Pendant les mois de chaleur vos clients mangent naturellement plus d'aliments qui sont habituellement assaisonnés d'un condiment. Suggérez-leur le **KETCHUP AUX TOMATES** de Clark. Il signifie ventes—et ordres de répétition.

Le Spaghetti de CLARK

au fromage et à la sauce tomates

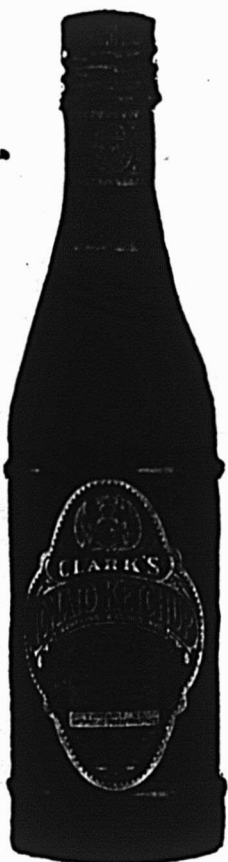
est un autre article d'excellente vente. Délicieusement préparé, cuit et emballé en récipients convenables et attrayants, c'est un des mets les plus populaires pour "repas léger".

FAITS EN CANADA AVEC DES PRODUITS CANADIENS

PAR UNE COMPAGNIE CANADIENNE

Employant du capital Canadien, et de la main-d'œuvre Canadienne.

W. CLARK, LIMITED - Montréal



Les aliments marins de la Marque Brunswick

ont derrière eux une réputation de qualité qui signifie écoulement rapide pour les marchands de Brunswick — réputation qui est la conséquence d'années d'efforts concentrés dans le perfectionnement d'aliments marins de haute qualité et hygiéniques.

Le succès de nos efforts peut être constaté par la confiance du public dans l'excellence des produits marins portant le cachet de la marque Brunswick, confiance qui crée de meilleures affaires pour les détaillants qui offrent ces produits de qualité populaire.

Une location idéale et la meilleure installation possible sont les deux grands facteurs qui produisent les grosses ventes si caractéristiques des lignes de la marque Brunswick. Notre usine (qui est une des plus belles de la côte de l'Atlantique) est située de telle façon que nous ne manquons jamais d'obtenir le meilleur choix de la pêche de la saison. Nos procédés de traitement et d'emballage éliminent toute possibilité de mécontentement chez les clients et font de tout acheteur un ami fidèle.

Tenez la ligne Brunswick sur vos rayons et laissez la réputation de la marque Brunswick établir vos ventes d'aliments de poisson.



- ¼ Sardines à l'huile.
- ¼ Sardines à la moutarde.
- Finnan Haddies (Boîtes rondes)
- Harengs marinés.
- Harengs sauce tomate.
- Clovisses.

CONNORS BROS., LIMITED
BLACK'S HARBOR, N. B.

Renseignements de Québec

BUREAU D'ENREGISTREMENT DE QUEBEC

Main-levée—Oso Clément Enrg.

Vente—Montcalm Land Co. à Jos Côté, 48-31 N.-D. de Québec.

Vente—Od. Lemieux à Wilf. Pelletier, 48-57 Notre-Dame de Québec.

Oblig. et tran.—Dme Jos Desrochers à Dlle Emma Corriveau 98-220 N.-D. de Québec.

Hypothèque en garantie—Uld. Gauvin à H. E. Lavigneur, 34-5 35-5 N.-D. de Québec.

Donation et cession—Hector Moisan à Coman. Municipale Scolaire Anc.-Lorette, p. 650 Anc.-Lorette.

Quittance—Hector Moisan à Commission Municipale Scolaire Anc.-Lorette, p. 650 Anc.-Lorette.

Donation et vente—La Cie Uld. Côté Inc. à Rév. Père A. Pelletier, 48-193 194 N.-D. de Québec.

Quittance—La Cie U. Côté Inc. à Rév. Père A. Pelletier.

Testament—Jos Couture.

Déclaration—Dme Art. Beausoleil Couture, 2504 Champlain.

Déclaration—Ed. Marcoux 1/7 ind. p. 536 560 652 581 021 1027 1038 1148 1223 Beauport.

Quittance droits—Perc. du Revenu à Succ. Fabien Marcoux, mêmes lots que ci-haut.

Transport—Ed. Marcoux et al à Aimé Marcoux.

Transport—Ed. Marcoux et al à Ph. Marcoux.

Oblig.—G. E. Marcoux à J. R. H. Byrne, 4381-9 Montcalm.

Quittance—L. J. D. Marquis à G. E. Marquis.

Mariage—Jos Paquet à Dme Vve Art. Bureau.

Vente—The Quebec Land Co. à B. C. Haskins, 508 481 482 St-Roch Nord.

Vente—The Quebec Land Co. à F. Paré 508 844 845 St-Roch Nord.

Vente—Dme J. N. Roy à Dlle M.-Anna Caron 4236 4237 4235 Montcalm.

Bail—Jos. Gagnon dit Paquet à M. A. Lemieux, 3425 St-Jean.

Vente—Jos R. Rousseau à Chs Gagnon 98 167 169 179 Notre-Dame de Québec.

Vente—Bédard & Bélanger à Arth. Lepage bloc 2-7 8 9 Senneterre.

Vente—The Quebec Land Co. à Geo. Dorion fils 509 745A St-Roch Nord.

Main-levée—Gustave Simard.

Quittance—Succ. Dme Vve Félix Eug. Turcotte à Régistrateur.

Quittance part.—Henri P. Turcotte à Sévérin Simard.

Vente—Jacques Land Co. à Frank P. Bisset 92-64 Notre-Dame de Québec.

Subrogation—Dme Vve Jos Dussault à Dme Vve Jos Côté, 2008 St-Pierre.

Convention—Ed. S. Gagné à Alp. Blanchette, p. 3901 St-Pierre.

Vente—Dme Vve Ant. Gagnon à J. O. Montreuil, p. S. 252 Beauport.

Quittance—Dme Vve Ant. Gagnon esqté à Jos. O. Montreuil.

Tutelle—Rocket Power au mineur.

Obligation—P. Plante à P. Jobin et al 48-39 40 N.-D. Québec.

Vente—H. Robitaille héritiers à Pat. Murphy 3870 Montcalm.

Obligation—Pat. Murphy à Dme Chs Robitaille, 3870 Montcalm.

Quittance et main-levée—Thibault et al à G. Paradis et ux.

Bail—Dlle Y. Parent à Adj. Drouin.

Avis—H. Bolduc à Régistrateur 843 St-Roch.

Vente—Thalland à Jos Ratté rg 9-31 La Sarre.

Trans.—La Cie Eug. Julien Ltée à Rod. Marquis et al 1033 Jacques-Cartier.

Testament—Dme Vve Jos Elz. Poulin-Bernier.

Déclaration—Dme L. Tanguay-Poulin à Régist., 1148 1149 Jacques-Cartier.

Quittance droits—Perc. du Revenu à Succ. Jos. Elz. Poulin, 1/2 ind. 1148 1149 Jacques-Cartier.

Quittance—Perc. du Revenu à Dme Jos. E. Poulin-Bernier, 1148 1149 Jacques-Cartier.

Vente et Oblig.—Jacques Falardeau à P. Phil. Parent 1170 St-Ambroise.

Vente—Alp. Bisson à L. N. Boisclair rg 4-35 36 37 38 rang 3, p. N., 18 Royal-Roussillon.

Vente—Alf. Goulet à La Cie Louis Goulet Ltée, 9 p. 50 Courville.

Vente—J. B. Girard à La Cie Munic. de Goulet, 9 p. S. 56 Courville.

Bail—A. Em. Garneau à Jules Bélanger.

Avis—Jules Bélanger à Régist. 4371 Montcalm.

Vente—M. et Mme Gaud. Paradis à Luc. Rochette, 2063 2064 2065 St-Sauveur.

Mariage—Jules Desrochers à Dme M. Valérie Matte.

Obligation—J. W. Cantin à T. Griffin 06 204 2 205-4 St-Sauveur.

Obligation—Hon. Paquet à Louis Ferland 1399 St-Sauveur.

Quittance—Dav. Jacques fils à Hon. Paquet.

Obligation—Gaud. Galarneau à P. Faucher, 3755-67 St-Jean.

Quittance—La Caisse Populaire de Québec à G. Galarneau.

Mariage—Alf. Boutin à Dme M. Guilmette.

Obligation—Lavoie & Frère à P. Paradis 148 35-c 80-c N.-D. de Québec.

Subrogation—P. Paradis à Uld. Rochette, 148 35-c 80-c N.-D. de Québec.

Quittance—J. R. Paradis à Alp. Blanchette.

Vente—Alex. St-Amand à Adél. Falardeau 1053-1054 St-Ambroise.

Quittance—Dr Alex. Boucher à Frs Savard.

Mariage—J. E. Roch Lord à Dlle A. Parent.

Donation—Chs Parent et uxor à Jos Parent et al 1/2 N. E. 442 p. 475 p. 539 p. 542 p. 543 1/2 N. E. 1222 Beauport.

Vente—J. Ern. Vallée à Alex. Tremblay et al p. N. 387 385 384 Beauport.

Vente—L. A. Doyer à Jos A. Chalifour et al 373-8.

Quittance—Jacques Jobin à Dav. Jobin à Dav. Parent.

Quittance—Dav. Parent et uxor à Chs F. Paradis.

Obligation—Dme Aug. St-Laurent à Dme Frs Beaulieu, 280 2-1 St-Roch.

Quittance droits—P. du Revenu à Succ. Jos Argher, 3823 4304 43377 1 4368 Montcalm.

Frocuration—L'hon. juge Chs Archer à Col. O. C. Pelletier.

Vente—La Couronne à J. C. Demers, bloc 14 Senneterre.

Vente—Bédard & Bélanger esqt à La Cie Dorchester Ltée, les mêmes.

Transport—Adj. Bouret à Jos Légaré 508 341 509 484 St-Roch Nord.

Vente—Geo. Dorion fils à Ed. Dorion 509 p. 745 St-Roch N.

Vente—Mabel Clint et al à Dme J. L. Gab. Henry 2586 St-Louis.

Obligation—Cyr Chalifour à Dlle Marie A. Maranda 194-1-A p. 2A 41-176-1A 2A Beauport.

Quittance—Tél. Verret et al à Od. Grenier et al.

Quittance—Dlle Alice Vocelle à Cyr Chalifour.

Vente—R. C. de la Chevrotière à C. J. Lockwell 5-8-9-11 13 5 p. 9 St-Roch Nord.

Testament—Ome J. B. Martel Drolet.

Déclaration—Dme J. B. Martel 1/2 ind. 40 232 228 258 Anc.-Lorette.

Quittance droits—Perc. du Rev. à Succ. Dme J. B. Martel-Drolet, mêmes lots.

Quittance—Holt Renfrew & Cie Ltée à H. Picard.

Vente—La Couronne à Pascal Fortier, bloc 96 et 103 Amos.

Fiducie—Shawinigan Water & Power Co. à Montreal Trust Company.

Quittance droits—Perc. du Revenu à Succ. Dme F. X. Fortier-Poulin 1/2 ind. 516 St-Sauveur.

Obligation—Alf. Larivière à Em. Beaulieu 937 St-Sauveur.

Vente—Jos Blouin à Jos Careau, 714 St-Sauveur.

Testament—N. H. St-Cyr.

Déclaration—Dme Yv. N. H. St-Cyr Clermont, 874 1634 1635 St-Sauveur 1664 Jacques-Cartier.

Vente—Dme Vve Jos Bédard-Pépin à Jos Vermette, p. N. E. 1466 St-Ambroise.

Bail—Dav. Ortemberg à Benj. Ortemberg 978 St-Pierre.

Obligation—Rév. Alex. Lafrance 3949 Montcalm.

Obligation—Dme J. L. Gab. Henry à Lady Frs Langelier, 2586 St-Louis.

Quittance—Victor Bédard à Rév. Alex. Lafrance.

Quittance—P. Jobin à Hon. Beaumont.

Fiducie—Laurentian Power Co. à Montreal Trust Co.

Obligation—P. L. Lortie Ltée à Dme Vve Hon. Lortie, 1950 4-5-6-7 St-Pierre.

Obligation—P. Destroismaisons à Dme Gaud. Moreau, 4293 p. 4294 Montcalm.

Vente—Dme J. A. Frigon Girard à Alex. Descoteaux, bloc 1-5 Amos.

Vente—Jacques Land Co. à Dme Nirida C. LaRue, 92-65 et 14 N.-D. de Québec.

Vente—Héritiers de Dame Vve E. Poulin à Dme Léo Tanguay 1148 1149 Jacques-Cartier.

(à suivre à la page 95)

Vendez le **CATSUP** **AYLMER**

Un Pur Catsup aux Tomates

La saison du Catsup est arrivée

Commandez-en maintenant

En pots de verre ou de
pierre

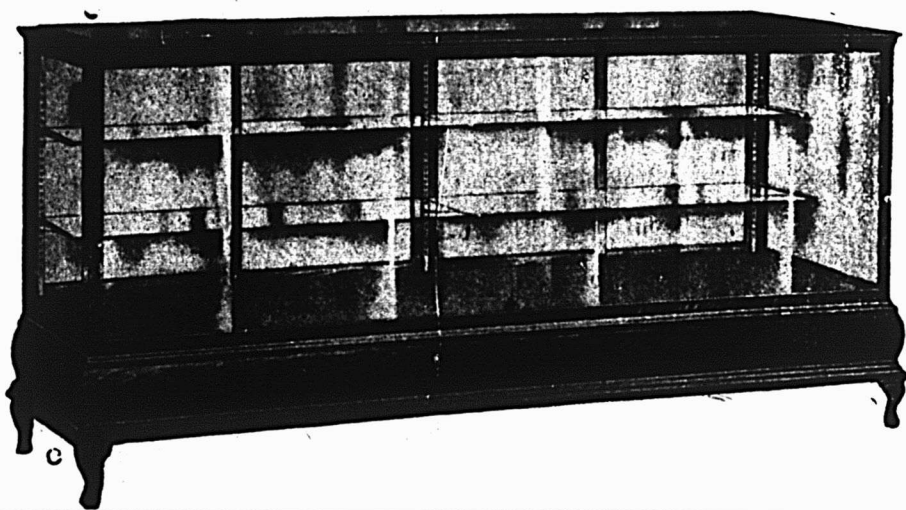
1 Gallon --- 4 à la caisse.



En bouteilles de verre

8, 12 et 17 onces

2 douzaines à la caisse



Vitrines, showcases et garnitures de toutes sortes pour tous genres de commerce.

Livraison rapide.
Prix modérés.

Nous avons en mains un assortiment des plus variés.

Modèles spéciaux faits sur commande.

Clément, Meunier & Cie,

Manufacturiers

190 Boulevard Pie IX.
MONTREAL.

Tél. Lasalle 2350.

J. CLÉMENT, gérant.

Stanway-Hutchins Limited

Thés

A. F. JONES & Co.
Colombo, Ceylan,
Thés et produits d'Orient.

Importateurs Généraux

AGENTS SPECIAUX POUR
John DONALDSON & Co. Ltd.
Londres, Angleterre.
Thés et Produits Etrangers.

Cafés

REINACHS NEPHEW & Co.
Londres, Angleterre,
Thés et Cafés.

Nous sollicitons les commandes d'importation

Ainsi que vos demandes pour marchandises disponibles. Nous avons un vaste stock bien assorti que nous sommes prêts à vendre au cours du marché.

18 RUE SAINT-ALEXIS

MONTREAL.

Renseignements de Québec

(suite de la page 93)

- Obligation—Dme Léo Tanguay à J. Poulin et al 1148 1149 Jacques-Cartier.
- Vente—Dme Laura T. Côté à Ant. Côté et al 146 18 N.-D. de Québec.
- Transport sub.—Félix Lavoie à La Caisse Populaire vs G. E. Paradis, 3093 St-Jean.
- Vente—Dr A. H. Bédard à Louis Côté 41 57 58 pass. sur 41 43 49 N.-D. de Québec.
- Obligation—Louis Côté à la Caisse Pop., mêmes lots que ci-haut.
- Testament—Dme Sara Couture à Vve Michel Tardif.
- Déclaration—Dlle Elm. Tardif 290 St-Sauveur, 1446 Jacques-Cartier.
- Quittance droits—Perc. du Revenu à Succ. Dme Michel Tardif, 2290 St-Sauveur.
- Mariage—O. Landry à Dlle M. O. Rousseau.
- Déclaration—Dme Vve O. Landry, $\frac{1}{2}$ ind., 86 St-Sauveur.
- Quittance droits—Perc. du Revenu à Succ. O. Landry, $\frac{1}{2}$ ind. 36 St-Sauveur.
- Renonciation—Dme Vve Jos Ledroit Landry esqt à Succ. Jos Ledroit.
- Obligation—Fréd. Dorion à Caisse Populaire de Québec, 50, 47 N.-D. de Québec.
- Quittance—Laurent Verret à F. Dorion.
- Renonciation—Nap. Gossefelin à Dme J. B. Lépine.
- Vente—The Quebec County Realty Co. à Geo. Froser, 279 A 12 Charlesbourg.
- Obligation—J. O. Dusseault à M. Monast, 3909 Montcalm.
- Bail—H. J. Guillot à Jos Douville, 819 St-Roch.
- Mariage—Jos J. B. Paradis à Dlle Marie Falardeau, p. 679 Beauport.
- Quittance—Dme Chs T. Côté à J. Oscar Auger.
- Quittance—Alp. Côté esqt à J. O. Dussault.

o

Renseignements de Sherbrooke

ENREGISTREMENTS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT DE LA DIVISION DE SHERBROOKE

pendant la semaine finissant le 2 avril 1921.

ACTES DE VENTE

- Louis Arel à Séminaire St-Charles Borromée, lots 16b-42 & 64 rang 9 Ascot. Prix \$1000 payés.
- J. M. Nault & J. O. Royer à George Morin, lot 447 quartier Est. Prix \$10,500; \$2,000 payés.
- H. A. Smith à Joseph Cliche part lot 25a rang 10, Compton. Prix \$200 payés.
- David Dubé à Elisée Dufour part lot 376 Lennoxville. Prix \$150 payés.
- Damase Rocheleau à Alfred Rocheleau, lots 419 & 420 quartier Est. Prix \$1,800 payés.
- Siméon Desruisseaux à J. Délia & Armand Duplessis lots 24e, 22i & 23d rang 7, Ascot. Prix \$17,500; \$4,500 payés.
- William Hutchinson à G. I. Hutchinson, 1/3 indivis part lot 732 quartier Est. Prix \$500 payés.
- John Connon à A. A. Price lots 8-30, 31, 32 quartier Est. Prix \$1.00 payé.
- Riverside Realty Co. à W. E. Campbell, part lot 899 quartier Est. Prix \$1.00 payé.
- Corporation de la Cité de Sherbrooke à George Strickland et Albert Merrill part lot 606 Orford. Prix \$200 payés.
- Dame Tobie Lavoie à Hippolyte Lussier lot 12c rang 8, Ascot. Prix \$4,000; \$1,500 payés.
- Henry Ward à Louis Trudeau lot 7-239 quartier Sud. Prix \$2,400 payés.
- Oliva Bolduc à Alfred Spry lot 1444-194 quartier Sud. Prix \$8,000; \$4,450 payés.

HYPOTHEQUES

- I. A. Boislard à La Cie Mutuelle d'Immeubles Ltée pour \$1,725 affectant lots 41 & 43 quartier Centre.

- Giovanni Costanzo à William Bailey pour \$700 affectant lot 7-102 quartier Sud.
- Dame Warren Grand à Gordon Grand pour \$2,800 affectant part 147 quartier Nord.
- E. E. Read à J. L. Côté pour \$2,000 affectant part 1444-117 quartier Sud.
- Victor Benoit à J. O. Gagné pour \$1,300 affectant lots 1251, 1253, 1254, 1255 & 1256 quartier Sud.
- G. S. Lothrop à Sherbrooke Loan & Mortgage Co. pour \$2,000 affectant part lot 54 quartier Nord.
- A. J. O'Boyle à Sherbrooke Loan & Mortgage Co. pour \$200 affectant 1444-135 quartier Sud.
- J. O. Gendron à J. A. Bayeur pour \$2,000 affectant lot 581 quartier Nord.
- Charles Dugal à Dame François Brulotte pour \$3,50z affectant lot 1444-61 quartier Sud.

DECHARGES

- Damase Rocheleau à J. H. Lemay de l'hypothèque du 18 mars 1920.
- Thomas Roberge à Pierre Gauvin & al. de l'hypothèque du 10 mai 1919.
- Succession D. McManamy à Siméon Desruisseaux de l'hypothèque du 29 septembre 1917.
- Michel Beaudoin à Siméon Desruisseaux de l'hypothèque du 15 juillet 1914.
- Barthélémi Gauthier à Siméon Desruisseaux de l'hypothèque du 28 janvier 1921.
- L. F. Codère et al. à Corporation Episcopale Catholique romaine de Sherbrooke de l'hypothèque du 17 mars 1921.
- A. A. Lothrop à G. S. Lothrop de l'hypothèque du 25 mai 1920.
- Dame G. G. Vallée à Dame Tobie Lavoie de l'hypothèque du 24 janvier 1921.
- John Edwards à Charles Dugal de l'hypothèque du 3 octobre 1917.

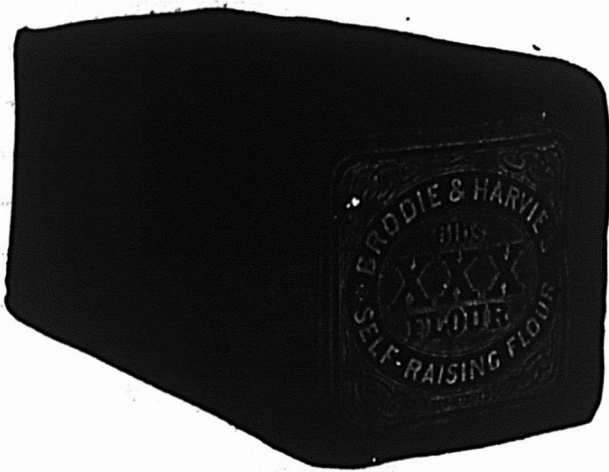
ACTES DIVERS

- Promesse de vente par Le Prêt Hypothécaire à Victor Benoit des lots 1251, 1253, 1254, 1255 & part 1256 quartier Sud. Prix \$26,500; \$1,000 payés.
- Acte de dépôt de bail de W. R. Webster à R. J. Mennett de la maison sur le lot 394 quartier Nord.
- Bail conditionnel par Dame Wilfrid Girardin à G. E. Lemay pour deux ans et huit mois de $\frac{1}{2}$ N. lot 899-24 quartier Est, pour \$100 pour ledit terme, avec option d'achat.
- Transfert par J. R. Genest à A. L. Genest de ses droits au lot 208 quartier Centre, lot 1332 et 7-98 & 99 quartier Sud, pour la somme de \$10,000 payés.
- Avis cadastral par Louis Arel affectant lot 16b-64 rang 9 Ascot.
- Avis d'incorporation de "Les Soeurs Missionnaires de Notre-Dames des Anges".
- Avis d'incorporation de "Webster Motors Limited".
- Avis d'incorporation de "Wiggett Electric Company Limited".
- Avis d'incorporation du "Cercle catholique des Voyageurs de Commerce de Sherbrooke, P.Q."
- Dissolution de société par W. S. Slark & F. C. Clark sous le nom de "Clark Brothers".
- Raison sociale par Joseph Moïse Nault sous le nom de "The Auto Tire & Supply Company".

BREFS FMIS—COUR SUPERIEURE

- G. & G. Ltd. vs T. H. Mailhot, Bromptonville, \$166.74.
- J. D. T. Vachon vs J. E. Benge, St-Hyacinthe, \$269.15.
- D. T. Wooton vs G. Stevens, Compton, \$221.00.
- A. St-Pierre vs G. A. McIver, Mégantic, \$467.96.
- St. Lawrence Flour Mills vs Fontaine & Frère, Sherbrooke, \$273.04.
- Denault & Frère vs J. Cidelot, Compton, \$1,031.87.
- I. Fréchette vs W. Marcoux, St-Julien, \$234.19.
- O'Donnell & Morrissette vs A. Langlois, St-Vital de Lambton, \$121.66.
- J. A. Beaudoin vs L. Blanchette, East Angus, \$123.27.
- B. Cohen vs A. C. Webster, Sherbrooke, \$198.80.
- D. Gazaille vs Dominion Textile Co., Magog, \$3,027.00.
- C. O. Genest & Pils vs Fontaine & Frère, Sherbrooke, \$390.00.
- E. I. Virtue et vir vs J. B. Légaré, Ditton, \$1,000.00.
- D. Duffy vs A. Verret, Sherbrooke, \$200.00.
- Denault G. & P. Co. vs Globe Trading Co., Montréal, \$4,002.00.

(à suivre à la page 97)



La farine préparée de Brodie XXX satisfiera votre clientèle et lui donnera en même temps la meilleure valeur pour la moindre dépense.

Brodie & Harvie, Limited
14 Rue Bleury, Montréal.

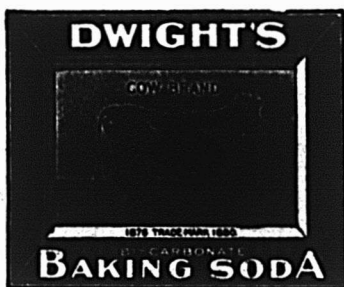
Agents de vente:

J. B. Renaud & Cie Inc., Québec ;
Chadwick & Co., 34 Duke St., Toronto.

RECOMMANDEZ LE SODA

"COW BRAND"

A LA MENAGERE



que ce soit une ménagère depuis nombre de lunes ou de quelques lunes seulement, elle appréciera la qualité fiable absolue de ce fameux soda. Il est pur, de grande force et est le grand favori des cuisinières partout.

Emmagasinez-en,

— Votre marchand de gros en a.

Church & Dwight

LIMITED (2)

Manufacturiers - - - - MONTREAL

Vos clients savent

Il n'y a jamais besoin de discours pour vendre à un client un produit Eddy.

ALLUMETTES D'EDDY

Si c'est une commande d'allumettes, une des 30 à 40 marques différentes d'Eddy est certaine de donner satisfaction à tout point de vue même lorsque le client ne demande pas expressément des Eddy, vous pouvez tenir pour assuré qu'on s'attend aux Eddy, car pour la plupart des gens penser aux BONNES allumettes, c'est penser aux Eddy.

Ustensiles en fibre durcie d'EDDY

Il en est de même des ustensiles de fibre durcie d'Eddy. Ces ustensiles pratiques, légers et durables sont faits d'après les mêmes méthodes originales de fabrication qui ont rendu célèbres les allumettes d'Eddy. Ils ne gonflent jamais, ne fuient pas et ne se disloquent pas; ils sont idéalement appropriés pour l'usage de la maison ou de la ferme.

Les produits Eddy sont faits en Canada par des Canadiens pour les Canadiens.

THE
E. B. EDDY CO., LIMITED
HULL, CANADA

Renseignements de Sherbrooke

(suite de la page 95)

Sherbrooke Lumber Yard vs T. T. Délisle, Sherbrooke, \$161.19.
 J. D. T. Vachon vs A. Rossi, East-Angus, \$158.30.
 D. St-Laurent vs H. Roux et al, Danville, 3,333.33.
 J. M. Deschênes vs R. W. Hogg, Sherbrooke, \$243.66.
 L. A. Brown vs M. Walker, Ayers Cliff, \$2,334.13.
 O'Donnell & Morrissette vs A. Després, Weedon, \$800.00.
 G. Filiau vs C. Gauthier, Weedon, \$489.77.
 Dame C. Vallière vs O. Desserres, Montréal, \$621.82.
 Dame M. Goudreau vs J. Totor et al, East Angus, \$327.10.
 E. Parsons vs J. N. Martel, St-Julien, \$480.00.
 N. D. Cascadden vs A. Baillargeon, Sherbrooke, \$152.75.
 N. D. Cascadden vs J. A. Charest & Cie, Sherbrooke, \$141.60.
 J. B. Monast vs Fondation Co., Montréal, \$2,036.00.
 J. Dupuis vs Z. Allaire, U.-S. A., \$220.00.
 J. Argoin vs E. G. M. Cape & Co., Montréal, \$983.25.
 Denault, G. & P. Co. vs H. A. Leblanc, Magog, \$745.10.
 W. E. Loomis vs G. T. Ry., Montréal, \$2,781.06.
 J. Poulin vs R. Trottier, Sherbrooke, \$500.00.
 Cie Massey-Harris vs L. Roberge, Ways Mills, \$402.40.
 Dame A. Blouin vs A. Demers, Sherbrooke, \$335.93.
 M. E. Shaddock vs G. B. Pelletier, Kingsey Falls, \$609.00.
 Ontario Wind Eng. & P. Co. vs H. B. Bailey, Sawyerville, \$226.95.
 E. Desmarais vs A. E. Després, Weedon, \$283.25.
 H. Côté vs J. Hardif, Sherbrooke, \$218.50.
 W. Martel vs Dom. Textile Co., Magog, \$148.20.
 J. W. Côté vs V. Benoit, Sherbrooke, \$732.10.
 W. Beaulieu vs T. Martin, Chartierville, \$246.85.
 Dame P. Vallière vs Dame E. Denault, Sherbrooke, \$300.00.
 J. Sirois vs J. Charland, East Angus, \$347.30.
 E. A. Grenier vs V. Nadeau, Mégantic, \$300.00.
 L. S. Breton vs E. Martin, Kingsey, \$200.00.
 C. F. X. Prévost vs L. Vadnais, Ditton, \$218.91.
 Vaughan Bros. vs J. R. Spendlove, Hatley, \$269.50.
 E. L. Dyson vs D. J. Dustin, Richmond, \$556.00.
 G. Bruneau vs A. Leclair, Lennoxville, \$436.00.
 P. Gervais vs P. A. Tanguay, Weedon, \$673.57.
 J. Robida vs E. G. M. Cape Co., Montréal, \$3,060.00.
 L. M. Bergeron vs Chs Niedner's Sons Co., U.-S. A., \$1,830.00.
 H. St-C. Clayton vs J. Lévesque et al, Montréal, \$1,000.00.

BREFFS EMIS.—COUR DE CIRCUIT

G. H. Delorme vs O. A. Darche, Sherbrooke, \$25.14.
 Firmin Campbell vs Chas. Charron, Waterville, \$21.30.
 Z. Pesant vs J. J. Roberge, Sherbrooke, \$40.00.
 Z. Pesant vs O. Desrochers, Sherbrooke, \$50.00.
 Z. Pesant vs J. Cloutier, Sherbrooke, \$50.00.
 P. A. Lemay vs W. Davignon, Sherbrooke, \$8000.
 J. A. Vidal vs T. Hébert, Sherbrooke, \$26.40.
 J. A. Vidal vs O. Couture, Sherbrooke, \$25.12.
 J. M. Nault Ltd vs P. Fréchette, Stoke, \$54.52.
 A. Côté vs A. & C. Olson, Marston, \$51.00.
 A. Côté vs A. & C. Olson, Marston, \$15.00.
 L. R. Langis vs H. E. Statton, Sawyerville, \$95.70.
 J. A. Choquette vs A. Néron, Sherbrooke, \$4.93.
 E. T. Prov. Co. Ltd. vs J. A. Dodier, East Broughton, \$38.85.
 F. H. Hébert et al., vs A. L. Néron, Sherbrooke, \$17.64.
 T. B. Howard vs K. B. Campbell, Scotstown, \$16.30.
 J. McCabe vs T. J. Dillon, Verdun, \$50.00.
 J. F. Kerr vs J. G. Maher, Sherbrooke, \$7.3.
 H. W. Reynolds vs A. Rodrigue, Sherbrooke, \$31.00.
 C. J. Wright vs Dominion Express, Montréal, \$25.00.
 British Am. Land Co. vs J. E. Lévesque, Sherbrooke, \$10.00.
 J. O. Ledoux vs P. Donahue, Sherbrooke, \$48.00.
 Echenberg Bros. vs R. Baron, Sherbrooke, \$12.67.
 A. E. Fraser vs P. Lashman, Lennoxville, \$14.48.
 A. E. Fraser vs J. Daniel, Milby, \$5.81.
 A. E. Fraser vs S. Durand, Lennoxville, \$14.48.
 E. E. Baron vs G. Winslow, Eaton Corner, \$34.50.
 E. E. Baron vs B. Trombly, Sawyerville, \$72.80.
 R. Amy vs G. Goodsell, Stanstead, \$28.65.
 Echenberg Bros. vs Ed. Roadnight, Sherbrooke, \$44.25.
 Glidden Co. Ltd. vs C. E. Welsh, Bromptonville, \$70.20.
 E. S. Stevens et al., vs W. W. Mack, South Bolton, 7.00.
 Can. Oil Co. Ltd vs R. W. Hogg, Sherbrooke, \$33.98.
 Can. Oil Co. Ltd. vs J. A. Charest & Cie, Sherbrooke, \$44.94.
 Ont. Wind. Eng. & Pump. vs W. Gadbois, Ascot, \$30.50.
 Lamontagne et al vs A. Dion, East Angus, \$21.03.

Lamontagne et al., vs U. Brière, East Angus, \$57.50.
 J. P. Wells et al vs Ed. Harper, Marston, \$63.74.
 E. L. Price vs R. Comtois et al., Sherbrooke, \$59.75.
 A. Rousseau vs A. Verret, Windsor, \$5.00.
 D. S. Bachand vs W. Lomelin, Sherbrooke, \$34.00.
 Wells & Lynch vs P. Boissonneault, Thetford Mines, \$4.00.
 Alex. Ames & Sons vs W. Astrof, Melbourne, \$56.10.
 E. Rioux vs G. Fournier, Sherbrooke, \$46.80.
 Rick City Tobacco vs T. Mailhot, Bromptonville, \$62.75.
 Cie de Placements vs A. Blanchard, East Angus, 83.20.
 Edith May Webster vs Mme H. E. Statton, Sherbrooke, \$62.25.
 P. Bissom vs Jos. Blitt, Sherbrooke, \$30.00.
 M. Bélanger vs M. Homan, La Patrie, \$27.50.
 M. Bélanger vs B. D. D. Désautels, La Patrie, \$13.56.
 H. C. Cabana vs G. Bourgeois, Sherbrooke, \$41.50.
 Hébert & Fortier vs R. Oates et al., Sherbrooke, \$43.03.
 T. Mailhot vs A. Lacourse, Bromptonville, \$44.80.
 J. Blitt vs O. Desrochers, Sherbrooke, \$41.00.
 Can. Bk of Com. vs A. Leblanc, St-Fortunat, \$90.50.
 The H. Fortier Co. vs J. Cloutier et al., Sherbrooke, \$52.71.
 E. Paquin vs T. Matthews, Bury, \$62.10.
 Cie des Placements vs W. Boisard, St-Fortunat, \$46.65.
 Cie des Placements vs A. Leblanc, St-Fortunat, \$43.55.
 Ocean Mills Ltd vs T. H. Mailhot, Bromptonville, \$35.08.
 Agence Merc. de l'Est vs G. Lavigne, Chartierville, \$49.00.
 N. Champigny vs A. Robida, Daquam, \$37.50.
 A. Simard et al., vs A. Morin, Sherbrooke, \$25.00.
 J. B. Paradis vs W. Dorey et al., Sherbrooke, \$63.50.
 J. F. Kerr vs H. Taylor, St-Hyacinthe, \$39.75.
 G. L'Heureux vs W. Ashfield, Farnham, \$10.00.
 J. A. Vidal vs O. Couture, Sherbrooke, \$25.12.
 Denault G. & P. Co. vs E. T. Houle, Cookshire, \$25.86.
 J. A. Vidal vs T. Hébert, Stoke, \$26.40.
 E. A. Bernard et al. vs A. St-Amand, Sherbrooke, \$48.19.
 J. A. Caron vs F. Patton, Sherbrooke, \$5.42.
 Jos. Larivière vs Charron, Waterville, \$21.30.
 J. Fortier vs A. Desrochers, St-Malo d'Auckland, \$16.00.
 C. C. Cabana vs L. Boutin, Sherbrooke, \$2.50.
 Agence Merc. de l'Est vs A. Dion, Chartierville, \$67.37.
 G. H. Delorme vs O. A. Darche, Sherbrooke, \$25.14.

Renseignements d'Arthabaska

ACTES ENREGISTRÉS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT D'ARTHABASKA

du 28 mars au 2 avril 1921

Obligation—Wilfrid Kane à Joseph Mercier, p. 24 et 25, 13e rang, Kingsey, \$2000.
 Vente—Arthur St-Pierre à Alphonse Lecomte, p. 11b et 11c, 12e rang, Stanfold, \$300.—payées.
 Vente—L. N. Boisclair à Pierre Thibandeau, p. 8f et autres, 10e rang, Stanfold, \$300.—payées.
 Vente—Joseph Hébert et ux. à Ernest Hébert, 760, 761 et 762, Bulstrode, \$2500.—\$2000 a/c.
 Vente—L. N. Boisclair à Alphonse Brisson, p. 227, Princeville, \$5000.—payées.
 Transport—Joseph Laroche à Charles Grosser, sur Alcide Pépn, \$1900.
 Vente—Mme Rosée Rousseau à Mme Délina Carrier, 61, 62 et 65, Tingwick, \$4000.—\$1000. a/c.
 Vente—Joseph Régis ès-qual. à Edmond Lefebvre, p. 211, Horton, \$175.—payées.
 Transport—Alfred Laforest et al à Louis Laforest, sur Joseph Auger, \$1550.
 Testament—Paul Lavigne à Mlle Cécile et Mme Fabiola Lavigne, 425 nos dans Ste-Victoire.
 Transport—Honoré Gauthier à Aug. Roméo Bourbeau, sur A. Alphonse Perrault, \$5000.
 Vente—Arsène Millier à Edmond Boisclair, ½ n.e. 563 et 564, Warwick, \$7500.—\$3000. a/c.
 Obligation—Alfred Hamel à Robert Brindle, p. 144, Warwick, \$1500.
 Vente—Eusèbe Hamel à Léopold Descôteaux, p. o. 493-2, Ste-Victoire, \$2900.—\$500. a/c.
 Obligation—Louis Cyrenne à Louis Roux, 401 et 487, Bulstrode, \$800.

Renseignements d'Arthabaska

Semaine du 4 au 9 avril.

- Obligation—Amédée Lavallée à Alphonse Lavallée, 674 et autres, Bulstrode, \$900.
- Testament—Zoël Pratte à Alcide Pratte, 1 ind. 137 Bulstrode.
- Testament—Mme Délima Crochetière à Ferdinand Bellefeuille, p. 114, Bulstrode.
- Vente—Ferdinand Bellefeuille à Octave Lafleur, p. 114, Bulstrode, \$4300.—payées.
- Vente—Philippe Nault à Hercule Poirier, 1 s.o. 9a, cont. 11e rang, Maddington, \$2400.—\$1200. a/c.
- Vente—Arthur Doyon à J. B. Paquin, 1 s.o. 39, Bulstrode, \$3000.—\$1400. a/c.
- Vente—Mme Elise Bérubé à Hervé Langlois, p. 426, Ste-Victoire, \$1200.—payées.
- Obligation—Hervé Langlois à Mme Eugénie Grenier, p. 426 et p. 427, Ste-Victoire, \$1200.
- Vente—Donat Nadeau à Philippe Comblombe, p. 521, Ste-Victoire, \$300.—payées.
- Rétrocession—France Beaudoin à Mme Archange Marcoux, p. 409, Ste-Victoire.
- Obligation—Willie Leblanc à Donat Poisson, 5 et p. 6, Ste-Victoire, \$500.
- Vente—Arthur Angers à Albert Gaillardet, 17, Ste-Victoire, \$5800.—payées.
- Transport—Napoléon Gauthier à Pierre Tourigny, sur Albéric Tessier, \$250.
- Vente—Thomas Thibault à Amédée Lavallée, 933, Warwick, \$800.—payées.
- Vente—Omer Blanchette à Frank Côté, p. 791, Warwick, \$4000.—\$1000. a/c.
- Obligation—Frank Côté à Napoléon Bussière, p. 791, Warwick, \$1000.
- Transport—Aug. Roméo Bourbeau à Félix Baril, sur A. Alph. Perreault, \$5000.
- Vente—Raisaine Beaumier à Arsène Fafard, p. 145 et 156, Warwick, \$1000.—payées.
- Testament—Mme Albina Béliand à Ernest Boisvert, aucun immeuble.
- Vente—Hector Laroche à Honoré Fréchette, 5i et 5j, 11e rang, Blandford, \$650.—payées.
- Donation—Omer St-Germain à Alfred St-Germain, 1 n. 41-85, Bulstrode.
- Testament—Mme Marie Marcotte à J. B. Leblanc, 1 ind. 1049, Warwick.

Ventes par les Shérifs de la Province

GASPE

Montgomery & Sons vs Richard Lawlor. Vente à la porte de l'église de la paroisse de Ste-Brigitte de Maria le 12 mai 1921 à 11 heures du matin.

Arthur Gagnon vs Alphonse Goupil. Vente à la porte de l'église paroissiale de Ste-Madeleine de la Rivière-Madeleine, le 17 mai 1921 à 3 heures de l'après-midi.

JOLIETTE

Stanislas Allard et al. vs Josaphat Dupuis. Vente à la porte de l'église du village de St-Jean l'Achigan, le 10 mai 1921 à 11 heures du matin.

MONTCALM

Paul-Emile Forget vs Wilfrid Nantel et al. Vente à la porte de l'église de la Nativité, le 30 avril 1921 à 9 heures du matin.

MONTMAGNY

Charles Frenette vs Arthur Bérubé. Vente à la porte de l'église paroissiale de Ste-Perpétue le 28 avril 1921 à 10 heures du matin.

MONTREAL

Joseph Barrette vs Le Crédit Stadacona, Limitée. Vente au bureau du Shérif de Montréal le 21 avril 1921 à 2 heures de l'après-midi.

The Trust & Loan Company of Canada vs Sylvestre Dambrosio. Vente au bureau du Shérif de Montréal le 21 avril 1921 à 11 heures du matin.

Joseph Hormisdas Laplante et al. vs Max Birke et al. Vente au bureau du Shérif de Montréal le 21 avril 1921 à midi.

QUEBEC

La Cité de Québec vs Ulric Gauvin. Vente au bureau du Shérif de Québec le 29 avril 1921 à 10 heures du matin.

La Cité de Québec vs The Battlefield Realty Company. Vente au bureau du Shérif de Québec le 29 avril 1921 à 10 heures du matin.

Joseph Trottier et al. vs Les Héritiers de feu J. Raymond Croteau et al. Vente à la porte de l'église paroissiale de Macamic, Comté de Témiscamingue le 29 avril 1921 à 10 heures du matin.

ST-FRANÇOIS

Alphonse Lapierre vs Paul Audet. Vente à la porte de l'église de la paroisse de Ste-Cécile de Whitton le 10 mai 1921 à 2 heures de l'après-midi.

TERREBONNE

Pierre Deslauriers vs Dame Amanda Labelle. Vente à la porte de l'église paroissiale de Lachute, le 14 mai 1921 à 4 heures de l'après-midi.

Mazenod Chevrier vs Avila I. Telmosse. Vente à la porte de l'église catholique du village de Grenville, comté d'Argenteuil, le 10 mai 1921 à 1 heure de l'après-midi.

TROIS-RIVIERES

Bazinet & Brodeur Limitée vs Adolphe Barrel. Vente au bureau du Shérif des Trois-Rivières le 13 mai 1921 à 10 heures du matin (heure solaire).

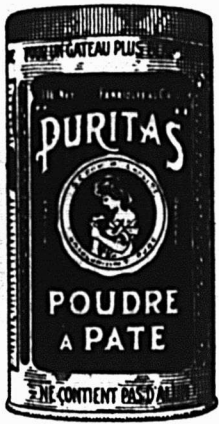
Louis Edmond Larouche, cédant autorisé et Bédard & Bélanger, syndics autorisés. Vente à la porte de l'église de Tuque, comté de Champlain, le 11 mai 1921 à 10 heures la paroisse de St-Zéphirin de la Tuque, en la ville de La du matin (heure solaire).

Renseignements des Trois-Rivières

BUREAU D'ENREGISTREMENT DE LA CITE ET DU DISTRICT DES TROIS-RIVIERES

Semaine du 5 au 12 avril.

- Vente—Denis Brodeur à Arthur Lafrenière.
- Vente—Domias Diamond à Philomène Martin.
- Vente—Johnny Girard à Téléphore Gosselin.
- Vente—Jean Doucet à Ovide Milot.
- Vente—Raphael Melançon à Joseph Ricard.
- Vente—Sévère Lavergne à Raphael Melançon.
- Vente—Onésime Trépanier à Ovide Garceau.
- Vente—Dame Laura Jolin à Arthur Cloutier.
- Vente—C. H. Moineau à La Cie Hôtel Canada Ltée.
- Vente—Elie Bélanger à Albert Giguère.
- Vente—A. E. Guillemette à Raoul Bruneau.
- Vente—Raoul Bruneau à Henri Bergeron.
- Vente—Noel Bernier à Alph. Guillemette.
- Vente—Dame Laura Jolin à J. H. Lampron.
- Vente—Corporation des Trois-Rivières à Ans. Dubé Ltée.
- Vente—Philippe Trépanier à Albert Richard.
- Vente—Vve Victor Ricard à Alfred Bastarache.
- Vente—Edmond Gauthier à Amédée Cloutier.
- Vente—Arthur Villeneuve à Frédéric Allard.
- Vente—Isambord Garceau à Donat Lavergne.
- Obligation—Ovide Milot à Ludger Poirier.
- Obligation—Joseph Lesieur à Caisse Populaire St-Etienne.
- Obligation—J. H. Lampron à Chs Gauthier.
- Obligation—Raphael Melançon à Roméo Ricard.
- Obligation—Arthur Cloutier à Esdras Hébert.
- Obligation—Adolphe Pérusse à Frs. Gélinas.
- Obligation—Adélarde Belle-Isle à Eucher Masse.
- Obligation—Paul Garceau à De Charette & Frère.
- Obligation—Vve Toussaint Grenier à Donat Gélinas.
- Quittance—Nérée Godbout à Raphael Melançon.
- Quittance—Joseph Simard à William Lefebvre.
- Quittance—F. Fournier à Arthur Désaulniers.



Qui dit: "PURITAS" dit: Rien de meilleur

L'ANALYSTE EN CHEF DU DOMINION DIT :

LA POUDRE A PATE

66 PURITAS 99

QUALITE GARANTIE

NOS
COUPONS-
PRIMES
FACILITENT
LA VENTE!

Est absolument saine

Est à base de phosphate PUR

NE CONTIENT PAS D'ALUN.

(Extrait du Bulletin 260, du Laboratoire du Revenu de l'Intérieur,
17 janvier 1918, page 11.)

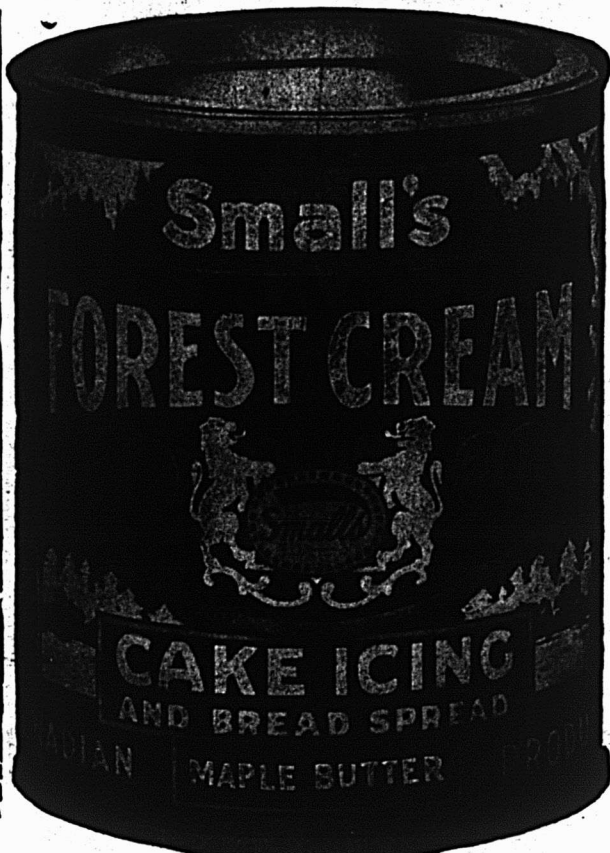
LE NETTOYEUR PURITAS N'a pas son Egal — Grande Boîte à Saupoudrer.

PURITAS LIMITEE, 77 Rue St-Dominique, QUEBEC.



ENCOURAGEONS LES NOTRES!

EN VENTE PAR TOUS LES EPICIERS EN GROS.



Grandeur réelle \$2.30 la douzaine.

C'est le produit original doux comme du miel.

VENTE ENORME

Evitez les Imitations. Se trouve dans toutes les maisons de gros.

SMALLS LIMITED, MONTREAL.



Tous les morceaux de savon à blanchissage ont plus ou moins la même apparence, mais ils diffèrent entièrement quant à la qualité et à la valeur.

Le "SURPRISE" n'est pas autre chose qu'un bon Savon Solide—il n'est pas surchargé d'ingrédients inutiles pour le faire paraître plus gros. C'est la "meilleure valeur en fait de vrai savon".

N'acceptez pas de contrefaçons.

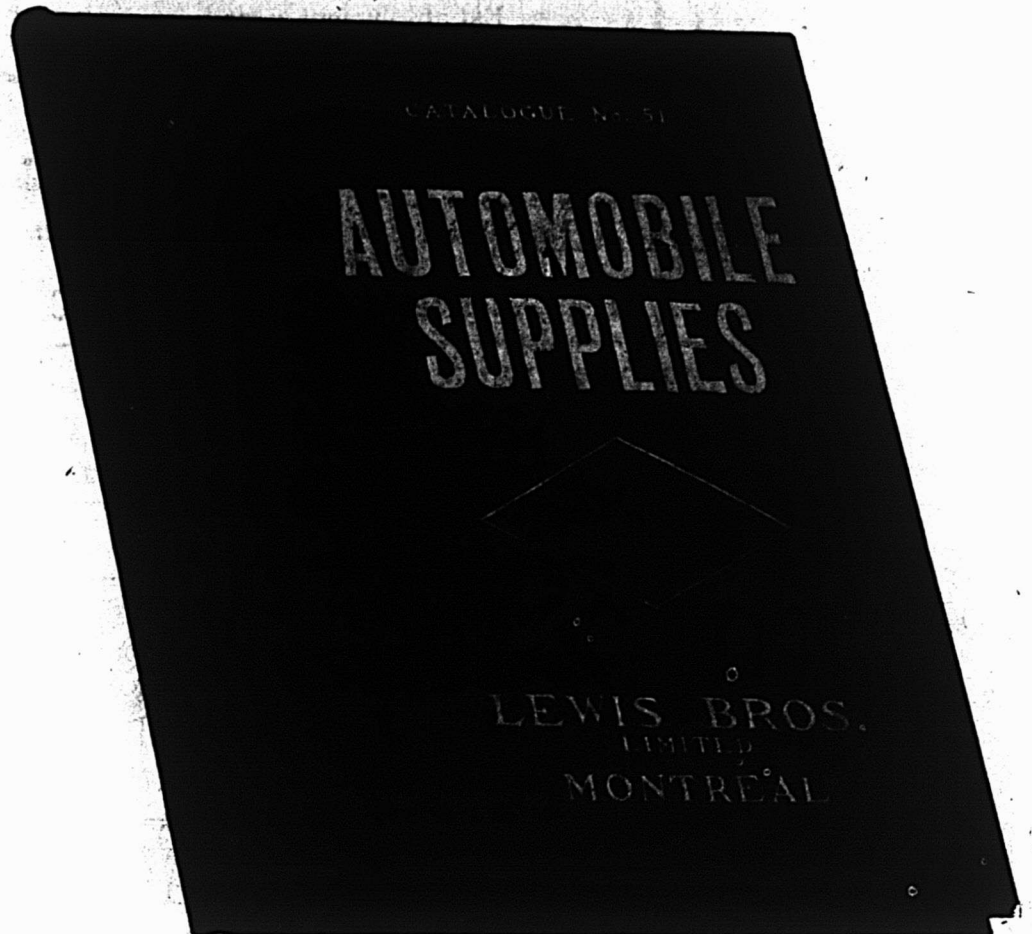
The St. Croix Soap Mfg. Co.

EQUIPEMENT AUTOMOBILE

Jusqu'à la fin de l'année de 1919 il y avait 269,727 automobiles en service au Canada. Si l'augmentation continue pendant cinq ans au taux des cinq dernières saisons, eh bien! VOUS, M. LE DETAILLANT, vous serez appelé à approvisionner 500,000 voitures pour tous les objets de nécessité en accessoires d'auto, sans parler des petits articles de luxe sur lesquels tous les propriétaires d'autos ont toujours un oeil, et QU'IL FAUT QU'ILS OBTIENNENT QUELQUE PART.

EN GENERAL, TOUT PROPRIETAIRE D'AUTO SONGE A UN MAGASIN DE QUINCAILLERIE LORSQU'IL A BESOIN D'ACCESSOIRES

Aux *Etats-Unis* les accessoires composent environ la moitié du stock de la moyenne des quincailliers. Il en sera de même en Canada. Si vous ne les avez pas en stock maintenant, vous devrez le faire si vous tenez à rester en affaires. Faites-le dès maintenant.



Notre catalogue No 51 a été compilé pour faciliter les détails des commandes et son caractère complet prouve le soin nombreux qui a été apporté au choix d'un stock D'EQUIPEMENT AUTOMOBILE pour vos besoins et vous renseigne sur ce que nous pouvons vous vendre avec assurance.

Nous vous enverrons un catalogue —Ecrivez aujourd'hui.

LEWIS BROS., LIMITED, MONTREAL

TOUT EN FAIT DE

QUINCAILLERIE CHEMIN DE FER FOURNITURES POUR ENTREPRENEURS
TOITURE PREPAREE PEINTURES FOURNITURES POUR PLOMBIERS

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

Mercredi, 13 avril 1921.

La plupart des petits articles sont offerts à plus bas prix cette semaine, tandis que les grosses pièces, à l'exception de la tuyauterie, se maintiennent fermes. Les hache-viande "Jewel" et "Model" ainsi que les barattes en verre "Dazey" subissent une réduction. Les clefs à tubes "Stillson" sont maintenant à 50% d'escompte sur la liste au lieu de 47½. Les cordes à linge en coton ont également baissé. Les clous pour fonds de chaise ont subi une réduction de 10%. Les vis de forgerons ont des prix révisés. La tôle, le fer et l'acier en barres, la tôle ondulée et les produits de plomb restent sans changement. Les métaux en lingots sont plutôt irréguliers, les uns n'ont pas varié, tandis que d'autres sont légèrement plus faciles. Les clous en broche dont la base était récemment de \$5.00 ont successivement passé à \$4.75, \$4.65 pour atteindre enfin aujourd'hui \$4.55. Les clous coupés qui valaient \$5.80 sont réduits de 50 cents. Le zinc en feuilles vaut 15 cents au lieu de 17 cents. L'escompte sur les goupilles (cottes pins) est maintenant de 82½ et 20% au lieu de 82½ et 10%. Les outils de bûcherons de Pink voient leur escompte de 10% porté à 25%. Les râpes à chevaux de Heller Bros se vendent avec un escompte de 62½% au lieu de 57½%. Les crampons à clôture galvanisés sont réduits de 50 cents et valent \$6.25. L'escompte de 45% sur les rondelles en fer est porté à 50%. Une nouvelle liste vient d'être publiée pour le verre à vitre dont les prix sont maintenant nets.

Le commerce de printemps continue à s'améliorer et les courtiers rapportent que les affaires semblent revenir à la normale. Les lignes de saison reprennent une certaine activité, et on voit s'écouler rapidement certains articles tels que les congélateurs, les Bouteilles Thermos, les accessoires de base-ball, les articles de pêche, etc.

ACCESSOIRES DE BALLE AU CAMP

Prix de la maison
A. J. BEACH Co., of Canada, Limited

Balles		
No	la douz.	Détail pièce.
0 Bal. Officielles	\$21.75	\$2.50
4A	10.00	1.25
8	4.80	0.60
11B	2.00	0.25

Gants de champ.

No	la douz.	Détail pièce.
HH	\$100.00	\$12.50
OBL	81.00	10.00
04	57.00	7.00
SWN	51.00	6.00
9G	40.00	5.00
2N	33.00	4.00
4G	22.80	2.75
19A	10.80	1.25

Mitaines d'attrapeurs

No	la douz.	Détail pièce.
6A	\$160.00	\$20.00
500	120.00	15.00

31	80.00	10.00
200	48.00	6.00
FPN	33.00	4.00
M	14.40	1.75

Mitaines de premier but.

No	la douz.	Détail pièce.
3BG	\$128.00	\$16.00
4S	99.00	12.00
4R	48.00	6.00
2R	33.00	4.00
3R	24.00	3.00

Bâtons.

No	la douz.	Détail pièce.
12-O	\$28.20	\$3.50
106	20.00	2.50
100	16.00	2.00
83B	8.00	1.00
25	4.80	0.60

Arcanson, 100 lbs.

en baril	4.00
moins	8.00

Balances : Liste de Polnçoilage

	de comptoir	4 lbs	6.50	40
Champion	10 lbs	8.75	45	
	240 lbs	13.75	75	

escompte 5%.

à tablier	600 lbs	40.00	1.00
Champion	1,200 lbs	48.50	1.50
	2,000 lbs	65.00	1.50
avec levier	2,000 lbs	74.00	1.50

escompte 10%, 5%.

Autres balances 10% de la liste de Burrows, Stewart, Mille Co.-Ltd.

Balais de paille:—

4 cordes, 21 lbs, doz.	6.50
5 — 23 lbs, doz.	7.00
5 — 25 lbs, doz.	10.50
5 — 27 lbs, doz.	11.00

Balais automatiques:—

Champion Jap	Doz.	45.00
Grand Rapid N.P.	—	56.00
Grand Rapid Jap	—	50.00
Universal Jap	—	48.00
Universal N.P.	—	53.00
Princes N.P.	—	57.00
Parlor Queen	—	62.00
American Queen	—	60.00
Standard Jap	—	48.00

Balais aspirateurs:—

Superba	Doz.	120.00
Grand Rapids	—	106.00
Household	—	94.00

Bancs pour cuves:

Dowswell	3.95
----------	------

Batteries (Piles):

Columbia:

12 ou moins	50.00
12 à 50	46.95
50 à 125	44.95
125 ou plus	40.95

F.o.b. Montréal.
F.o.b. Toronto 39.00.

Reliable:

12 ou moins, le cent	\$50.00
12 à 50	45.00
Caisse de 50	40.50
Baril de 125	37.50

F.o.b. Toronto

Frais de transport de Toronto à Montréal, \$1.95 par 100 batteries.

Bêches (voir pelles).

Barattes à beurre:

	0	1	2	3
Favorite	14.40	14.40	16.00	17.60
ou Daisy	4.00	4.55	5.35	6.40
Ames				

Borax en mottes 11½ lb.

Beaver board, 1,000 pds carrés 48.50
F.o.b. Montréal.

Bocaux à confitures:

Wine Crown et Gem:

	la grosse
Petits	\$13.50
Moyens	15.00
Grands	20.50

Mesure Impériale, genre Crown seulement:

Petits	15.50
Moyens	17.00
Grands	22.50

Perfect — Carrés :

Petits	15.50
Moyens	17.00
Grands	22.00

Termes : Net comptant 30 jours du 1er juin.

Boulons :

à bandage	50%
à poêle	62½%
d'évier	62½%
d'élévateur	10%
de charrue	25%
à lisse	10%
de marche-pieds	10%
de palonnier	10%
à timon	10%
à voiture ¾" diam. et plus petits, 6" et plus courts	25%
7/16" diam. et plus grands, 10" de mécanique, ¾" diam. et plus petits, 4" et plus courts	40%
Les autres grandeurs	15%

Bouteilles Thermos:

No 6 la pièce	\$4.75
No 6 Q.	6.50
No. 11	3.50
No 11 Q.	4.25
No 14 ½	2.50
No 14	3.00
No 14 Q.	4.75
No 15½	3.75
No 15	4.25
No 15 Q	6.00
No 61 Q	1.50
No 61 Q.C.	2.75
No 54	8.50
No 556	11.00
No 168½	6.75
No 400	4.50
No 396	4.50

Les gobelets sont cotés :

No 83	\$1.75
No 79	2.75
No 80	3.75

Les prix ci-dessus sont les prix de liste et l'escompte est de 25% et 10%.

Broquettes :

67½, 15% de la liste du 30 janvier 1920,

Broquettes et accessoires de cordonnier net liste, du 4 mars 1921.

Câble:

de manille, pur	24½ base
de manille, British	20 base
de chanvre	18 base

Extras net pour câble, par 100 lbs.: ½, 50; 7/16, ½, 9/16, 1.00; ¾, 1.50; ¾, 5/16, 2.00; 3/16, 2.50.

de coton, ¼, 37 lbs. 3/16, 38 lbs.

Cire à plancher:

Johnston, 66 2/3 la livre. Old English, 66 2/3 la livre.

Chaînes de charge:

soudée à l'électricité, ¼, 22.30; ⅜, 18.50; ½, 17.25; ⅝, 14.90; ¾, 12.90; ⅞, 12.50; 1, 12.20; 1 ¼, 11.75; ¾, 11.25 les 100 lbs.

soudée à chaud, ¾, 15.20; ⅞, 13.15; 1, 12.75; 1 ¼, 12.00 les 100 lbs.

à chiens liste plus 10%
à licous liste plus 10%
à vaches liste plus 40%

Chafnettes:

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

Chaudrons en fonte:

12, 2.25; 13, 2.50; 14, 2.85; 15, 3.40; 8, 1.40; 9, 1.60; 10, 1.85; 11, 2.00; 16, 4.05.

Charnières en acier .

No. 800 liste plus 5
— 802 liste net.
— 804 liste moins 10%
— 810 liste plus 25%
— 814 liste plus 25%
— 838 liste moins 5%
— 840 liste net
— 842 liste plus 12½
— 844 liste plus 12½
à ressort, 2.50 d'a. pra.

Clés (outils):

A écrou Coes	Net
à écrou, régulières	12½
machiniste	5%
à tubes Stillson	50%
Trimo	35%

Clous en broche, Base 4.55

(Liste des extras à ajouter à la base des clous.)

	Ordinaires	à moule	à finir	à boîte	à plancher	à river	à couverture
1	1.50	1.75	2.00	1.75	1.75	1.20	1.20
1½	80	1.05	1.30	1.05	1.15	80	80
1¾	75	1.00	1.25	1.00	1.15	75	75
2	60	85	1.10	85	85	1.05	65
2¼	55	80	1.05	80	80	1.05	60
2½	30	55	80	55	55	90	90
2¾	30	55	80	55	55	90	90
3	20	45	70	45	45	85	85
3¼	15	40	65	40	40	80	80
3½	10	35	60	35	35	75	75
4	05	30	55	30	30	70	70
4½	05	30	55	30	30	70	70
5, 5½, 6, Base				25			

Clous à couverture américains, 10.00

Clous en broche galvanisée à couverture: 1x2, \$8.90; 1½x12, \$9.80; 1¼x11, \$8.60; 1½x11, \$8.45; 2x10, \$8.40; 2½ et plus long, \$8.40.

Coupés, Base 5.30

Colle:

liquide Lepage 83 1/3%
en plaque, blanche 37½ lb.
— française 40 —
— commune 20 —
en poudre, Stick Fast, 1 lb., 2.00 la douz.; 2 lbs., 3.65 la douz.; baril 250 lbs., 14.00 les 100 lbs.

Cordes:

à linge.
en chanvre, 30 pieds, 1.00; 50 pieds, 1.60 doz.
en manille, 50 pieds, 4.00 doz.
en coton, 30 pieds, 2.00; 40 pieds, 2.50; 48 pieds, 3.00; 60 pieds, 3.75.

métalliques, 50 pieds, 7.00 les 1,000 pieds; 100 pieds, 6.00 les 1,000 pieds.

à châssis 6, 0.52 la lb.
7, 0.51 la lb.
8 et plus gros, 0.50 la lb.

à lieuse:

500 pds 17½
550 pds 18½
600 pds 20½
650 pds 21½

Crampons:

à clôture polis, 5.25 les 100 pds.
— galvanisés, 6.25 les 100 pds.
à grillages, polis, boîte de 10 lbs., 9.15 les 100 lbs.
à grillage, galvanisés, boîte de 10 lbs., 10.05 les 100 lbs.

Cuves: 0 1 3 3
en bois, doz. 24.00 21.00 19.00 16.00
en fibre, doz. 26.75 22.90 19.00 16.30
en tôle galvanisée, doz. 14.80 19.84 22.95 24.64

Escabeaux:

Ordinaires 30c le pied
Ontario 40c —
Fautless 48c —

Ecrou :

ordinaire carré, liste plus \$1.25 les 100 lbs.
à six pans, liste plus \$1.75 les 100 lbs.
tarauté carré, liste plus 1.75 les 100 lbs.
à six pans, liste plus 2.25 les 100 lbs.

Epingles à linge:

ordinaires, 2.00 la bte de 5 grosses.
à ressort, 1.00 la grosse.

Essoreuses:

	Liste de prix
Warranty 11" Doz.	115.00
Security 11"	105.00
Bicycle	105.00
Eze	102.00
Eureka	64.00
New Eureka	87.00
Royal Canadian	94.00
Rapid	92.00

Escompte 25%.

Etoupe goudronnée, 10.00 les 100 lbs.

Etrilles 25%

Fer et acier:

ordinaire Base	4.00
acier à lisse	4.00
acier à bandage	4.25
acier à ressort	7.10
acier à pince	5.00

Fers à cheval:

	0-1	2 et plus grands
en fer léger	8.50	8.25
— moyen	8.50	8.25
en acier x4	8.95	8.70
à neige	8.75	8.50

Ficelle

de coton, 3 plis:
en boules 43 la livre
en cônes 41 —

Fil en broche barbelé:

80 perches au rouleau.
2x5 76 lbs 4.60 le rouleau
4x6 85 lbs 4.90 le rouleau
4x4 93 lbs 5.40 le rouleau

à foin	13, 5.30 les 100 lbs.
	14, 5.40 les 100 lbs.
	15, 5.55 les 100 lbs.
d'acier, Base	5.00 les 100 lbs.
Fil en broche galvanisée:	
3 à 8	6.55
9	5.70
10	6.70
11	6.80
12	5.85
13	5.95
14	7.25
15	7.90
16	8.00

Fonds de chaise en bois:	
12 13 14 15 16 18 pouces,	
12 13 14 16 18 24c chaque.	

Globes :	
à fanaux	1.80 doz.
pour lampes,	
0 caisse de 6 doz.,	9.90 la caisse
1 caisse de 8 doz.,	12.50 la caisse
2 caisses de 6 doz.,	10.60 la caisse

Coupilles (Cotter pins) 82½ . . . 20%

Brillage mécanique:	
Rouleau de 50 verges.	
Mailles de 2" de diam.	Mailles de 1" de diam.
Broche No. 19	Broche No 90.
2 1.80 le roul.	4.00 le roul
3 2.65 —	5.50 —
4 3.40 —	7.00 —
5 4.00 —	8.50 —
6 4.75 —	10.00 —
7 5.50 —	12.00 —
8 6.30 —	14.00 —
9 7.70 —	17.00 —
10 9.20 —	20.00 —
11 10.50 — —
12 12.00 — —
	Liste plus 10% Liste plus 10%

Laches:	
canadiennes	18.00 doz.
canadiennes emmanchées	31.50 —
de garçons	14.50 —
de ménages, emmanchées	21.00 —
de bûcherons	18.50 à 20.00 —
à double taillant.	24.50 —

Lache-viande :	
	1 2 3
Universal	3.00 3.50 4.85 chaque
	15 25 30
Jewel	2.05 2.35 3.35 —
	5 6 7
Model	2.15 2.40 3.35 —
	5 10 12 32
Bolinder	3.30 5.00 7.50 11.50 —

Lampes Coleman:	
	chaque
No 329	8.75
— 327	7.50
— 321	18.00
— 307	9.75

Limes et Râpes:	
Limes Globe	50/10%
— Kearney Foot	50/10%
— Arcade	50/10%
— Diston	40/10%
— Black Diamond	32½%
Râpes Kearney Foot	72½%
— Heller Bros.	62½%

Machines à laver :	
	Liste de prix
Jubilee	12.50
Downswell	12.75
Snow Ball	19.50

Noiseless	17.50
Magnet	22.75
New Century A	19.75
New Century B	21.75
Patriot	20.00
Champion	22.75
Connor Improved	12.50
Beaver Power	28.50
Beaver	27.50
Canada First.	20.00
Puritan	19.50
Home.	20.00
Whirpool	32.00

à l'eau:	
Edeal	28.00
Connor Low Pressure	29.00
Velox	30.00

electriques :	
Seaform	105.00
New Century	160.00
	Escompte 25%.

Munitions:	
Cartouches à percussion annulaire	
	Liste de prix à Poudre noire à Poudre sans fumée
22 B.B. Caps	7.00 M
22 C.B. Caps	8.90 —
22 courtes à blanc pour théâtre	6.00
22 courtes.	10.00 10.70 —
22 longues	12.00 15.00 —
22 longues à plomb	22.00 —
22 longues "Rifle"	14.00 17.50 —
22 Extra longues	21.00 —
25 courtes	23.50 —
26 longues	33.00 —
32 courtes à blanc pour théâtre	11.00
32 courtes	23.50 —
32 longues	27.00 —
32 longues à plomb	44.00 —
38 courtes	87.50 —
38 longues	49.00 —

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

43 Mauser à plomb	140.50	—
45/60	125.50	—
45 Martini Henry	159.50	—
57 Snider	153.00	—
57 Snider à plomb	153.00	—
	Escompte 30, 30%.	

Munition "Dominion":	
Cartouches "Crown":	
Chargées à poudre noire:	
	20 16 13 10
1 à 10	72.50 77.00 78.50 90.50 —
BB à SSG	78.50 83.00 84.50 96.50 —
Balles	87.50 89.00 90.50 102.50 —

"Sovereign" ou "Regal":	
Chargées à poudre sans fumée:	
	20 16 13 10
1 à SSG	85.00 85.00 96.00 107.00 —
Balles	92.00 92.50 100.00 114.50 —
	Escompte 30, 30%.

Canuck,	
chargées à poudre sans fumée:	
	20 16 13
1 à SSC	97.50 98.50 104.50
Balles	96.00 100.00 109.50
	30 20%.

Plomb de chasse :	
AA et plus petit	14.50 par 100 lbs.
AAA à SSG, extra net, .80	par 100 lbs.
28 balles, Extra net, 1.20	par 100 lbs.
Plomb durci extra net,	1.50 par 100 lbs.
Moins que 25 lbs., extra net,	.50 par 100 lbs.

Meules en grès:	
1½-1¾ pces d'épaisseur,	4.75 100 lbs.
2-2¼ pces d'épais., 20 à 40 lbs.,	4.25 100 lbs.
2-2¾ pces d'épais., 40 à 100 lbs.,	4.00 100 lbs.

Mèches	
à bois Spécial	15%
Gilmour	net liste
Erwin	liste plus 25%
Mephisto	liste plus 20%
à drilles à queue cylindrique droite,	30% et 10%.
— à queue cylindrique, ½"	diam. 30% et 10%.
— à queue carrée pour le fer,	40% et 5%.
— à queue carrée pour le bois,	40% et 5%.

Nettoie-Meuble:	
O-Cedar, 4 oz., 2.40; 12 oz., 4.80; ptes,	12.00; ½ gal., 20.00; 1 gal., 28.00.
Liquide Veneer, 4 oz., 2.40; 12 oz.,	4.80; 32 oz., 10.00; 64 oz., 16.20;
	128 oz., 28.00.

Outils de ferme:	
Grattes, rateaux	50 10%

Papier d'emballage :	
1 Manille	11.00 100 lbs
B —	9.00 100 lbs
Fibre	10.50 100 lbs
Kraft	13.00 100 lbs

Pelles :	
à terre et à rigolle, carrées ou rondes.	
Black Cat	doz. 15.60
Fox	— 16.25

Olds	—	16.25
Bulldog	—	18.85
Jones	—	18.85
à sable, Black Cat:		
2 3 4 5 6 8		
15.60 15.95 16.30 16.65 17.00 17.70		
à mouleur Bull Dog polles		
doz.		19.85

Pics :

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

Pièges à gibier:

(Fabrication Oneida Community.)

Victor:

0 1 1½ 2 3 4					
2.25 2.65 4.00 5.50 9.00 11.25					

Jump:

3.00 3.50 5.25 8.40 11.35 13.20					
---------------------------------	--	--	--	--	--

H.N.

4.25 5.00 7.60 10.60 14.15 16.65					
----------------------------------	--	--	--	--	--

New House:

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

Pinces leviers 10.50 100 lbs.

Fiton vis et crochets en broche, 82½%

Planches à laver:

Household	6.50
Waverley	6.50
Two in One	6.50
Three in One	6.50
Twin Beaver	7.30
Surprise	5.25
Competitor Globe	6.15
Enameled Queen	9.50
Supreme Zinc	6.50
Vitre	8.75

Pointes à vitre, la livre 0.22

Rivets :

de ferblantier	37½%
à voiture	37½%
en laiton	27½%

Rondelles:

en laiton	liste plus 1%
en fer	50%

Réservoirs à eau chaude:

80 gallons, ordinaires	13.00
30 gallons, extra forts	16.50

Tondeuses

	Liste
pour chevaux Stewart	de prix
No 1	14.00
No 2	18.00
pour moutons:	
No 8	18.00
No 9	22.00
	Moins 25%.

Toile moustiquaire:
100 pieds carrés 3.50

Toitures en rouleaux:
Bardeaux multiples "Everlastic"
(Quatre dans un) le carré : \$6.50
Bardeaux simples "Everlastic"
8"x12¼", le carré \$7.65

(En rouleaux de 36 pouces de large, contenant 108 pieds carrés. Chaque rouleau contient les clous, le ciment et le mode d'emploi à l'exception de la toiture goudronnée.)

Everlastic, 1 pli	\$2.10
Everlastic, 2 plis	2.50
Everlastic, 3 plis	2.95
Panamoid, 1 pli	1.90
Panamoid, 2 plis	2.30
Panamoid, 3 plis	2.75

Surface de Mica:
Mica Lastic:

1 pli, le rouleau	2.25
2 plis, le rouleau	2.65
3 plis, le rouleau	3.10

Toiture Amazon extra lourde . 4.75
Everlastic, (surface ardoise)
rouge ou vert. 3.50
Toiture goudronnée "Red Star"
2 plis. 2.13
Toiture goudronnée "Red Star"
3 plis. 2.55

Neponset Paroid.
(Surface grise unie).

Neponset Paroid	3.20
" " épais	3.80
" " extra épais	4.40
" enduit d'un seul côté	2.55

(Surface ardoise).

Rouge ou vert (108' x 36")	4.00
Rouge ou vert (116' x 18")	4.50

Marque Canadienne.
(fini caoutchouc gris).

1 pli	2.40
2 plis	2.75
3 plis (rouleaux de 108 pieds carrés seulement)	3.10
Santite (surface sablée).	
1 pli	3.20
2 plis	2.55
3 plis (rouleaux de 108 pieds carrés seulement)	2.90

Papiers pour construction:

	le rouleau
Neponset noir 36"x500'	3.90
Neponset enduit 36"x500'	3.40
Neponset feutre à l'épreuve de gel e, 36"x200"	4.40
Feutre asphalte Neponset:	
10 lbs 400 pieds carrés	2.50
15 lbs 400 pieds carrés	3.75
25 lbs 200 pieds carrés	3.15

Peintures:

Neponset noir gallon	1.05
Neponset rouge ou brun	1.65
Neponset vert	3.20
Noir canadien	0.90

Ciment Neponset:

Gallon (10 lbs)	1.10
Pinte (2½ lbs)	0.30
Chopine (1¼ lbs)	0.15
Ciment plastique.	
Gallon (10 lbs)	1.10

Composé asphalte:

Marque Canadienne, le gallon	0.30
Enduit à toiture, le gallon	0.90
f.o.b. usine Hamilton, Ont. Termes: 2 pour cent 10 jours, ou 30 jours net.	

Papiers:

Papier à lambris blanc, Marque Imperial, les 100 lbs	\$7.75
Papier à lambris gris, Marque Imperial, les 100 lbs	\$5.75

Rouleau de 400 pieds.

Fibre sèche, No 1, Anchor.	\$1.45
Fibre sèche, No 2, Anchor.	0.95
Fibre goudronnée, No 1, Anchor.	1.55
Fibre goudronnée, No 2, Anchor.	1.25
Fibre surprise.	1.05

Fibre "Stag".	1.05
Feutre goudronné, 7, 10 et 16 onces, le quintal.	5.35
Feutre goudronné, Spécification Barrett, le rouleau	3.55
Feutre à tapis, 16, 20 et 24 Onces, le quintal.	6.50
Feuilles "pailles" goudronnées pesantes, le quintal.	4.75
Feuilles "paille" sèches pesantes, le quintal	4.55
Fibre d'épINETTE, 36" et 72", le quintal	3.75

Produits pour toitures :

Enduit liquide "Everlastic" pour toiture en barils le gallon. 0.70
Par lots de 5 et 10 gallons. 0.85
Boîtes d'un gallon, la douz. 10.50
Coaltar (raffiné), le baril 10.25
Coaltar (brut), le baril. 9.00
F.o.b. Toronto et Montréal.

Ciment à raccommodage "Elastigum" Plastique

Barils d'environ 600 lbs, la livre	0.08½
½ baril d'environ 300 lbs, la livre	0.09
Barillets d'environ 100 lbs, la livre	0.09½
Barillets d'environ 25 lbs, la livre	0.11½
Barillets d'environ 5 lbs, (12 à la caisse),	9.50
Boîtes de 1 lb (2 douz. à la caisse) la caisse	5.50

Ciment à raccommodage "Elastigum" Liquide

Barils d'environ 40 gallons, le gallon.	0.85
½ barils d'environ 25 gallons, le gallon.	0.90
Bidons de 5 gallons, le gallon.	1.00
Bidons d'un gallon (1 douz. à la caisse) la caisse.	12.00

Ciment liquide "Everlastic" pour toiture

Barils d'environ 40 gallons, le gallon.	0.70
½ barils d'environ 25 gallons, le gallon.	0.75
Bidons de 5 gallons, le gallon.	0.85
Bidons d'un gallon (1 douz. à la caisse) la caisse.	10.50
Boîtes d'une chopine (2 douz. à la caisse) la caisse.	3.00

Huile à mouches "Creonoid"

Baril d'environ 40 gallons, le gallon	0.65
½ baril d'environ 25 gallons, le gallon	0.70
Bidons de 5 et 10 gallons, le gallon	0.80
Récipients de 1 gallon (1 douz. à la caisse) la caisse	13.00
Récipients de 1 gallon (½ douz. à la caisse) la caisse	7.00
Récipients de ½ gallon (1 douz. à la caisse) la caisse	9.00

Peinture élastique "Everjet":

Baril d'environ 40 gallons, le gallon	0.80
½ baril d'environ 25 gallons, le gallon.	0.85
Bidons de 5 et 10 gallons, le gallon.	0.95
Récipients de 1 gallon (1 douz. à la caisse) la caisse.	12.00

LE NETTOYEUR ELECTRIQUE "AIR-WAY"



La National Electric Heating Company a le plaisir d'offrir au commerce canadien le célèbre nettoyeur électrique "Air-Way". Le nettoyeur "Air-Way" est bon pour votre commerce, parce qu'il est rempli d'arguments de vente exceptionnellement convaincants. Le manche creux à suction le rend assez léger pour être facilement soulevé et appliqué sur les tentures, moulures, les bords élevés, etc. Il n'est pas besoin de l'arrêter pour y ajuster les divers accessoires utiles fournis avec le "Air-Way". Le joint universel qui rend le manche aussi flexible que le poignet humain; le sac à poussière hygiénique en papier qui peut être brûlé ou jeté; l'indicateur de poussière transparent et beaucoup d'autres avantages concluent la vente pour vous.

Nous offrons des brochures, pamphlets, electros et autres aides publicitaires aux détaillants. La National Electric Heating Company, Limited, est prête à soutenir le marchand qui tient le nettoyeur électrique "Air-Way" avec la même réelle coopération qui a toujours été notre objet constant dans le passé.

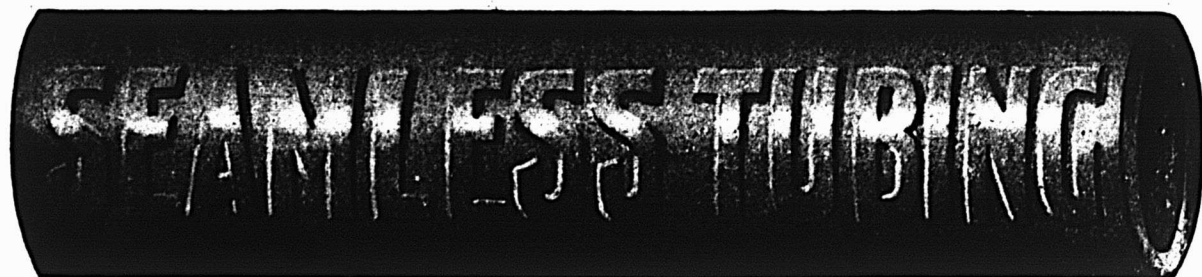
Demandez les prospectus qui vous feront connaître les points exceptionnellement intéressants de supériorité de cette excellente machine.

NATIONAL ELECTRIC HEATING CO., LIMITED
544-548 RUE QUEEN EST, TORONTO, CANADA

112 Rue Crescent,
 MONTREAL.

702 Edifice Confederation Life,
 WINNIPEG.

627 Bloc Vancouver,
 VANCOUVER, C.B.



Tubes Sans Joints :

De petites dimensions et calibres légers de forme ronde et fantaisie, en bronze, cuivre, métal blanc et métaux précieux.

Soudure d'Argent :

De toutes dimensions et de toutes formes pour tous les usages.

DIVISION DES LAMINOIRS

The GOLDSTEIN MANUFACTURING COMPANY, Limited

176-178-180- Rue JOHN, :: :: :: TORONTO, CANADA

Agent: ALEXANDER GIBB, :: 3, Rue St-Nicolas, Montreal, P.Q.

Coaltar (raffiné) le baril. . . . 10.25
 Coaltar (brut) le baril. . . . 9.00

Tôles galvanisées:

Apollo	10%	12.00	100 lbs.
	28	11.50	—
	26	11.00	—
	24	10.75	—
Fleur de lis	28	13.00	—
	26	12.75	—

Tire-Fond (coach screw) 35%

Tuyau en fer:

	Noir	Galvanisé	100 pieds
1/8	6.50	8.50	—
1/4	4.89	6.99	—
3/8	4.89	6.99	—
1/2	6.50	8.03	—
3/4	7.99	10.06	—
1	11.25	14.82	—
1 1/4	15.99	20.13	—
1 1/2	19.11	24.06	—
2	25.12	32.38	—
2 1/2	40.66	51.19	—
3	53.17	66.54	—
3 1/2	67.62	84.18	—
4	81.12	59.79	—

Tuyau de plomb:

jusqu'à 2 pces	100 lbs	12.50
2 pces à 8 pces	—	13.50
3 pces	—	14.50
de renvois, 1 1/4 à 2	—	13.50
en longueur, 2 à 4	—	13.50

Vadrouilles :

	1	3	15
O-Cedar	16.00	16.00	10.00 doz.
Liquide Veneer:			
Senior			20.00 doz.
Junior			14.00 doz.

Verre à vitre :

	Simple	Double
25 pces	5.28	7.87
26 à 40 —	6.71	10.03
41 à 50 —	7.67	11.04
51 à 60 —	8.16	11.52
61 à 70 —	—	11.99
71 à 80 —	—	12.96
81 à 85 —	—	16.31
86 à 90 —	—	17.52
91 à 94 —	—	17.85

Vert de Paris:

	la livre
Cartons de 1/2 livre	0.52
— 1 livre	0.50
— 1/2 livre	0.54
Boîtes ferblanc, 1 livre	0.52
— — 25 livres	0.48
— — 50 livres	0.46
— — 250 livres	0.44 1/2
Barils de 600 livres	0.44

Vis à bois :

en fer, tête plate	72 1/2%
tête ronde	70%
en laiton, tête plate	60%
tête ronde	57 1/2%

Zinc:

En feuilles, No 9, 100 lbs. . . 15.00

PEINTURE

Mercredi, 13 avril 1921.

Le marché de la peinture est encore marqué cette semaine par une réduction des cours de l'huile de lin et de la térébenthine. La demande pour ces deux produits est faible, dit-on, pour la saison. Le blanc de plomb à l'huile et le mastic restent sans changement et l'on s'attend à ce qu'ils maintiennent

leur prix tout le temps de la demande du printemps. Le shellac reste également à son dernier cours réduit. Le verre à vitre est toujours dans une situation incertaine avec une légère augmentation de la demande. Les peintures préparées et les vernis continuent à montrer un regain d'activité et un bon volume d'affaires est encore fait parmi les ordres par la malle ou urgents.

L'HUILE DE LIN BAISSÉ ENCORE

Comme suite à une baisse du marché du lin vers la fin de la semaine dernière, l'huile de lin enregistre un nouveau déclin et est maintenant cotée à 84 cents pour l'huile brute et 86 cents pour l'huile bouillie en lots d'un baril. Une tendance un peu plus ferme s'est manifestée ces jours-ci à l'encontre de la récente baisse du lin, mais le marché n'est nullement stable. La demande d'huile est rapportée par quelques broyeurs comme ayant subi une augmentation notable tandis que d'autres déclarent que l'amélioration n'est que graduelle.

Nous cotons:—

Huile Brute	Gallon Imp.
1 à 2 barils	0.84
3 à 4 barils	—

Huile bouillie:

1 à 2 barils	0.86
3 à 4 barils	—

En raison des fluctuations du marché de la graine, les jobbers, en général, ne donnent pas de cotations.

LA TERE BENTHINE A UNE TENDANCE PLUS FACILE

Il y a eu une nouvelle réduction de la térébenthine qui la porte maintenant à 92 cents le gallon en lots d'un baril. Sur place il n'y a que peu de demande en vue, bien que nous soyons bien dans la saison où les achats devraient commencer.

Nous cotons:—

Térébenthine	Gallon Imp.
Par baril simple	0.92
Par petits lots	0.94

Emballage en sus.

LE BLANC DE PLOMB RESTE FERME

Blanc de plomb—Le blanc de plomb reste ferme au cours coté dernièrement qui comportait une diminution de \$2.00 par tonne, et semble devoir rester quel que temps à ce niveau.

BLANC DE PLOMB (Moulu dans l'huile)

	De Moins	1 à 5 d'une tonne
Gliddens	14.50	14.85
Anchor, pur	14.50	14.85
Crown Diamond	14.50	14.85
Crown, pur.	14.50	14.85
O.P.W. Dec. pur	14.50	14.85
Éléphant, véritable.	14.50	14.85
Red Seal	14.50	14.85
Decorators, pur	14.50	14.85

O.P.W. anglais	14.50	14.85
Green Seal	14.50	14.85
Moore, pur	14.50	14.85
Ramsay, pur	14.50	14.85
Produits de "The Steel Co. of Canada, Ltd".		
Tiger, pur	14.50	14.85
Decorators, spécial	—	12.00
Maple Leaf, spécial	—	10.00
F.o.b. Montréal 2% 15 jours.		

WESTERN ASSURANCE CO.
 Fondée en 1851
 Assurances contre incendie, Assurances Maritimes, d'Automobiles, contre l'Explosion, l'Émeute, la Désorganisation Civile et les Grèves.
 ACTIF, au-delà de . . . \$8,300,000.00
 Bureau Principal: TORONTO (Ont.).
 W. A. MEIKLE
 Président et gérant général
 O. S. WAINWRIGHT, Secrétaire
 Succursale de Montréal:
 61, RUE SAINT-PIERRE
 HORT. BICKERDIKE, gérant.

CE N'EST QU'UN CROCHET A PULPE



Mais c'est le petit outil dont la vente est la meilleure que vous ayez jamais vue. Ne pèse que 21 onces. Forgé d'une seule pièce en acier au creuset. Manche en bois dur et exactement de la forme qui convient.

Si vous vendez des accessoires pour les hommes qui s'occupent de la pulpe, pensez-y.

SE DETAILLE A \$1.25.

Canadian-Warren Axe & Tool Co.
 ST. CATHARINES, ONT.

Mettez votre Marque de Commerce sur vos Marchandises

TRANSFERT DECALQUE
 FABRICATION CANADIENNE
 PERMANENCE BELLE APPARENCE
 ÉCHANTILLONS SUR DEMANDE
 CANADA DECALCOMANIA COMPANY, LTD.
 364-370 RICHMOND ST. WEST TORONTO CANADA

TABLETTES CHAMBERLAIN

CELA PAIE DE POUSSER

Les Remèdes de famille Chamberlain

Le remède contre le rhume de Chamberlain et les tablettes pour l'estomac et le foie sont deux remèdes populaires dont les propriétés curatives ont acquis une réputation d'un océan à l'autre. Avec les autres remèdes de la famille Chamberlain, ils offrent aux épiciers une proposition de vente excessivement profitable. Ecrivez pour avoir la brochure avec liste de prix des REMÈDES CHAMBERLAIN. Cela paie de les mettre en stock. Ils sont de bonne vente.

Faites-en une commande d'essai aujourd'hui.

CHAMBERLAIN MEDICINE COMPANY

TORONTO.

REMEDE CHAMBERLAIN CONTRE LA TOUX

BISCUITS

Aujourd'hui, les biscuits sont plus populaires que jamais, et il vous sera plus avantageux et profitable de tenir toujours en mains un bon assortiment de nos lignes.

Nous attirons spécialement votre attention sur la qualité de nos BISCUITS "SODA" qui font plus que de fournir une SATISFACTION ORDINAIRE, et il sera avantageux pour tous les marchands qui vendent des articles de bonne qualité, de tenir nos lignes.

Nous faisons des affaires dans la Province de Québec depuis trente-cinq ans et nous avons acquis la réputation de fournir des produits qui donnent satisfaction.

Nous ne cherchons pas à faire des lignes bon marché, nous vendons des produits de qualité à des prix raisonnables.

Nos voyageurs visitent tous les endroits de la Province et si nous n'avons pas encore l'avantage de vous compter parmi nos clients, adressez-nous une carte et notre voyageur se fera un plaisir de vous voir avec une ligne complète d'échantillons.

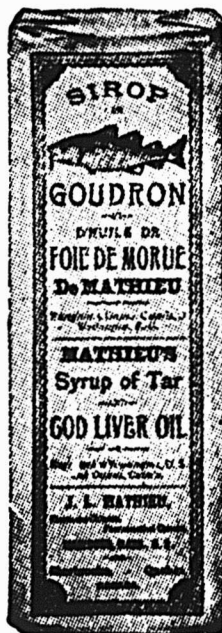
Votre stock ne saurait être complet, si vous ne tenez pas un bon assortiment de nos principales lignes de BISCUITS.

DEMANDEZ NOTRE LISTE DE PRIX

THE MONTREAL BISCUIT CO.

Manufacturers of Biscuits et Confiseries (1)
MONTREAL

Les Remèdes de Mathieu ont prouvé leur efficacité

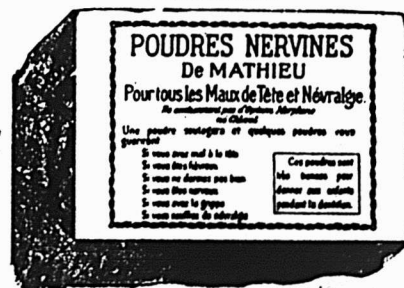


Le sirop de Mathieu au goudron et à l'huile de foie de morue devrait être recommandé à vos clients pendant la saison du printemps pour les rhumes, refroidissements, etc. C'est un remède facile et constant contre l'Influenza, la Grippe, etc., et en même temps il a un effet tonique excellent sur l'organisme.

Les Poudres Nervines de Mathieu sont excellentes pour la nervosité, les fièvres, la névralgie, les maux de tête, etc... et ne devraient pas être oubliées dans votre stock.

Essayez de les vendre une fois et vous les tiendrez ensuite toujours en stock.

Commandez-en une provision aujourd'hui.



LA COMPAGNIE J. L. MATHIEU
PROPRIETAIRES
SHERBROOKE, P. Q.

PRODUITS DE QUALITE

Eau de Vichy. Conserves alimentaires

Les marchandises importées de France que nous offrons au commerce de détail jouissent au Canada d'une réputation qui en facilite le rapide écoulement, parce que ces produits de qualité toujours uniforme donnent la plus grande satisfaction au consommateur au double point de vue de la qualité et du prix.

PETITS POIS "SOLEIL"

La marque favorite au Canada depuis près d'un quart de siècle. Elle n'a pas besoin de recommandation, parce que tout le monde connaît et apprécie ces délicieux petits pois, frais, tendres, succulents. Qualités: Sur-Extra Fins, Extra-Fins, Très Fins, Fins, Mi-Fins. Moyens Nos 1, 2, 3. Cette marque est annoncée dans tous les journaux hebdomadaires de la Province de Québec.

CHAMPIGNONS FEYRET & PINSAN, PREIGNAC-BORDEAUX, FRANCE.

Un produit soigné, un légume apprécié et qui figure avec honneur sur les tables les mieux servies. Quali-

Ces marchandises de qualité supérieure ne sont pas plus chères que les marchandises ordinaires.

tés: Champignons Gallipèdes. Choix, 1er choix, Extra, Sur-Extra. Donne un meilleur profit que n'importe quelle autre marque.

PÂTES DE FOIE GRAS, FEYRET & PINSAN.

Le Pâté de Foie Gras est un des meilleurs plats culinaires, prêts à servir — qui font les délices du consommateur et attirent au marchand une clientèle choisie. Cette marque jouit d'une grande faveur, et se vend à des prix modérés.

EAU DE VICHY DES SOURCES DU CHATEAU ROBERT A ST-YORRE.

Dont la réputation n'est plus à faire.

VICHY LIMONADE AU CITRON: "LA SAVOUREUSE"

POUR INFORMATIONS ET COTATIONS, ADRESSEZ-VOUS A

LAPORTE, MARTIN, LIMITEE

Distributeurs en gros.

584 Rue St-Paul Ouest Montréal.

Tél. Main 3766.

Il y a quatre mois

les thés ont baissé et SALADA a réduit ses prix de 15 cents par livre vous avez pu retourner tout le SALADA vert ou noir que vous aviez en stock et de cette façon vous n'avez subi aucune perte lorsque la baisse est venue.

Avez-vous été capable de retourner votre thé Japon ou votre thé Noir en vrac ou avez-vous dû supporter la perte?

THE SALADA TEA COMPANY OF CANADA, LIMITED

VENDEZ LE RIZ

Oriole

Pour REMPLACER les POMMES de TERRE



Un grand nombre de personnes ont remplacé les pommes de terre par le Riz "Oriole" et le préfèrent — parce qu'elles le trouvent plus nutritif et plus économique.

En annonçant auprès du public, nous faisons valoir les mérites du Riz "Oriole" et nous créons ainsi pour ce produit une forte demande.

Veillez vous constituer un stock de riz "Oriole" afin d'être en mesure de remplir les commandes que vous recevrez.

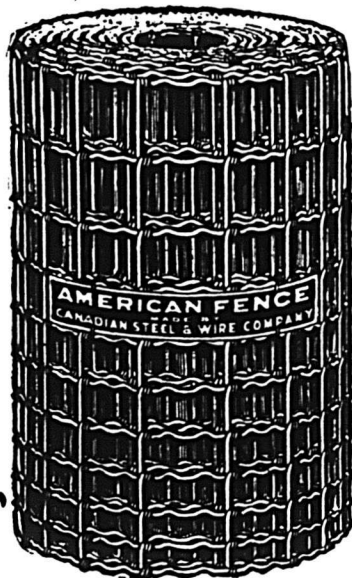
Se vend en sacs de 5 lbs.

**Mount Royal Milling & Mfg. Co.,
Limited**

D. W. ROSS Co'y, Agents.

MONTREAL, P. Q.

DEPUIS DE NOMBREUSES ANNEES



Ces lignes ont conquis de plus en plus la faveur des fermiers de la Province de Québec. La bonne qualité et les méthodes honnêtes sont les causes de succès qu'ont obtenu nos centaines de détaillants. Vous aussi, vous trouverez votre association avec nous tout aussi profitable et tout aussi agréable.

Clôture "CANADIAN"
Clôture "AMERICAN"

Broche No 9, Pleine Jauge

Poteaux d'acier "AMERICAN" galvanisé.

Pas besoin de crampons ni de pînces.

Clôture à Pelouse et Poulailier,

Barrières.

Broche Ondulée — Broche Barbelée — Crampons.

Écrivez pour avoir le catalogue

THE CANADIAN STEEL & WIRE Co. Ltd.
HAMILTON, ONT.



UNE
CAMPAGNE
D'ANNONCES
DANS LES
JOURNAUX
QUOTIDIENS
SUR LES
FEVES
CUITES AU
FOUR
HEINZ

L'attention du public est en éveil.

Tirez-en profit.

Par l'étalage de vitrine

l'étalage sur comptoir

la coopération du représentant.

La qualité vous assure

UNE DEMANDE CONSTANTE.

Le Prix établi au détail vous assure

UN POURCENTAGE DE PROFIT EXCELLENT.

FAITES EN CANADA, PAR DES CANADIENS

H. J. HEINZ CO., LEAMINGTON,
CANADA.

10 Place d'Youville, Montréal.

RESERVOIRS A GAZOLINE

Pour emmagasinage souterrain de la
gazoline.

(Avec tous accessoires
Appropriés)



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

du National Board of Fire Underwriters.

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

Écrivez pour brochure.

THE STEEL TROUGH & MACHINE CO., LIMITED

SI VOUS EPROUVEZ QUELQUE EMBARRAS
DANS VOS AGHATS

CONSULTEZ

LES ANNONCES DU

PRIX COURANT

ET ECRIVEZ AUX ANNONCEURS

60 ANS DE SERVICES

au Commerce, à l'Industrie et à l'Épargne.

La confiance de l'épargne et l'augmentation constante de ses dépôts, nous ont permis de donner, au commerce et à l'industrie, l'appui financier nécessaire au développement de toute entreprise établie sur des bases sérieuses et de contribuer ainsi à la prospérité générale du pays.

Nous accueillons avec plaisir les comptes des marchands, industriels et commerçants, qui apprécieront les avantages et l'organisation de

La plus vieille Banque Canadienne-Française,

LA BANQUE NATIONALE

— Fondée en 1800 —

BUREAU CENTRAL: QUEBEC, QUE.

325 Succursales et Agences au Canada.

Actif: plus de \$72,000,000.00.

CORRESPONDANTS DANS LE MONDE ENTIER.

FEUTRE ET PAPIER

N'IMPORTE QUELLE QUANTITE

Toitures Goudronnées (Roofing) prêtes à poser, 2 et 3. Papiers de Construction Feutre à Doubler et à Tapisser, Produits de Goudron, Papier à Tapisser et à imprimer, Papier d'Emballage Brun et Manille, Toitures en Caoutchouc "Favorite" et "Capitol".

Fabricants du Feutre Goudronné "BLACK DIAMOND"

ALEX. McARTHUR & CO., Limited

Bureaux et Entrepôts: 82 rue McGill, MONTREAL

Manufacture de Feutre pour Toiture:

Rues Moreau et Forsyth, MONTREAL

Moulin à Papier: - - - JOLIETTE, P. Q.

BANQUE PROVINCIALE

DU CANADA

CAPITAL AUTORISÉ \$ 5,000,000.00
 CAPITAL PAYÉ ET SURPLUS 4,300,000.00
 ACTIF TOTAL: au-delà de 40,000,000.00

110 Succursales dans les Provinces de Québec, Ontario, Nouveau-Brunswick et de l'Île du Prince-Édouard.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président: Honorable Sir HORMISDAS LAPORTE C.P., de la maison Laporte-Martin limitée, administrateur du Crédit Foncier Franco-Canadien.

Vice-Président: W.-F. CARSLY.

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

M. G.-M. BOSWORTH, président de la "Canadian Pacific Ocean Services Limited."

Honorable NEMESE GARNEAU, C.L., ex-ministre de l'agriculture Conseiller Législatif de Québec, président de la Cie de Pulpe de Chicoutimi.

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

M. M. CHEVALIER, directeur général Crédit Foncier Franco-Canadien.

BUREAU DE CONTROLE

(Commissaires-censeurs)

Président: l'honorable sir ALEXANDRE LACOSTE, C.R., ex-juge en chef de la Cour du Banc du Roi.

Vice-Président: l'honorable N. PÉRODEAU, N.P., Ministre sans portefeuille dans le gouvernement de Québec, administrateur "Montreal Light, Heat & Power Consolidated".

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

BUREAU-CHEF

M. Tancrede BIENVENU,

Directeur-général.

M. J.-A. TURCOT,

Secrétaire.

M. M. LAROSE,

Inspecteur en chef.

M. C.-A. ROY,

Chef "Bureau des Crédits".

Auditeurs représentant les Actionnaires

M. ALEX. DESMARTEAU, Montréal, M. J.-A. LARUE, Québec.

Augmentez vos profits

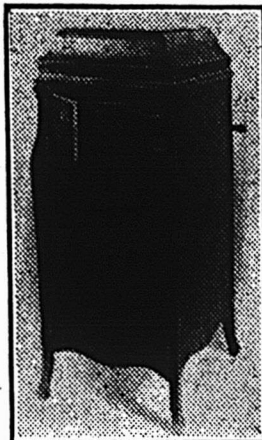
Les détaillants qui ne veulent pas se contenter de changer leur argent de poche, mais veulent faire des profits intéressants sur la vente des phonographes, feront bien de se renseigner sur nos instruments.

MODELE A, moteur Meisselbach No 14, 2 ressorts jouant 4 disques sans être remonté, cornet bois.

MODELE B, moteur Russell, 2 ressorts, jouant 5 disques sans être remonté; dessous de table en métal.

MODELE C, moteur Meisselbach No 16, 2 ressorts, jouant 5 disques sans être remonté.

MODELE D, moteur Meisselbach No 16, jouant 5 disques sans être remonté.



Ces instruments sont de belle apparence — 3 à 5 placages de bois de qualité. Moteur et instrument garantis pour un an. Tonalité merveilleuse.

Nous serons heureux de fournir notre liste de prix sur demande.

Gingras Piano & Gramophones Ltée,
 2679 rue St-Hubert, MONTREAL.

Incorporée en 1855
 Capital et fonds de Réserve
\$9,000,000.
 Plus de 130 Succursales.

**LA
 BANQUE
 MOLSONS**

Le voyageur sage ne porte pas sur sa personne de forts montants d'argent. Il se sert plutôt des "Lettres de Crédit" bonnes par tout le monde. Le gérant de la Banque Molsons se fera un plaisir de vous renseigner à ce sujet.

EDWARD C. PRATT, Gérant-Général.

FINANCES

LA VENTE AU COMPTANT ET LA COMPTABILITE DES MENAGERES

Il appartient au marchand de supprimer impitoyablement le système du crédit.

Il est incontestable que le paiement au comptant de toutes marchandises ne peut qu'avoir des conséquences heureuses pour les familles qui seront obligées par le fait même de limiter leur consommation à leur gain, plutôt que de s'endetter et de se rendre esclaves du marchand. La vente au comptant est sans contredit de nature à introduire le bon ordre dans la comptabilité des ménagères.

Il y a sans doute des circonstances incontrôlables qui justifient certains achats faits à crédit. Le salaire que l'on gagne ne permet pas, par exemple, de s'habiller convenablement. On va chez le marchand qui fait une spécialité de vendre à termes moyennant un minime dépôt, et alors on se procure ce qui est de nécessité absolue et qu'on ne pourrait se procurer sans cela.

Nous ne prétendons pas, en parlant de paiement au comptant, qu'il faille tomber dans l'extrême. Cependant, pour ce qui a trait aux achats faits à crédit pour les marchandises d'absolue nécessité, nous croyons qu'un trop grand nombre abusent de ce moyen facile qu'offre le magasin de ce genre. Nous admettons que l'article est nécessaire, mais ne pourrait-il pas être plus modeste? Parce qu'on a la liberté de ne déboursier qu'un dollar par semaine, est-ce une raison suffisante pour se charger d'une dette qui est loin d'être proportionnée au revenu?

Mais le point sur lequel nous voulons attirer l'attention de nos lecteurs, c'est la malheureuse habitude, — nous pourrions dire, mauvaise manie — de certaines de nos familles d'ouvrir un compte chez l'épicier du coin.

Tout d'abord, est-ce qu'on réfléchit bien qu'en somme on n'est pas plus avancé qu'au début?

Je suppose qu'au commencement de la semaine j'inaugure le fameux système de crédit.

La semaine finie, lorsque mon salaire sera entre mes mains, je devrai payer le marchand pour avoir le droit d'acheter la semaine suivante, selon le même procédé. Et il en sera ainsi toutes les semaines. Alors pourquoi ne pas devancer ces paiements hebdomadaires, et supprimer ainsi le mode de crédit?

Ne s'aperçoit-on pas que cette manie d'acheter à crédit conduit facilement à des abus? Que de choses la ménagère ne voudrait pas acheter s'il lui fallait payer comptant. Mais c'est si facile de faire inscrire le nom et le prix de la marchandise que le caprice du moment nous fait désirer! Il y a telles ou telles conserves dont elle pourrait bien se passer, telles ou telles primeurs qui coûtent les yeux de la tête, etc., etc., mais cela ne fait rien; son mari apportera bientôt tel montant d'argent. Et l'on ne songe pas qu'une fois la note du marchand soustraite du salaire il restera bien peu d'argent pour payer le loyer, la lumière, le gaz, les taxes, les vêtements, etc., etc. Il est incontestable, encore une fois, que le mode de crédit, en augmentant insensiblement mais sûrement nos dettes est une plaie qu'il importe de guérir au plus tôt.

Nous savons bien que le marchand qui favorise ce mode de vente, agit toujours à contrecœur. Les pertes inévitables qu'il subit le mettent bien souvent dans une impasse plutôt difficile. En plus, il ne faut pas oublier que si ses clients, à cause de forces majeures, sont dans l'obligation de retarder leurs paiements, lui ne peut se prévaloir des mêmes raisons vis-à-vis du marchand de gros. Ou il lui faut payer ou il fermera ses portes. Sans doute qu'avant d'en arriver à cette dernière extrémité, il emploiera tous les moyens possibles pour rentrer dans ses fonds. C'est ainsi qu'il aura recours au collecteur à qui il promettra un pourcentage substantiel.

Sans compter la perte que ce pourcentage lui fera éprouver, il aura en outre à déduire les diverses dettes des clients que le collecteur ne pourra pas atteindre. Ajoutez à ces pertes l'animosité que le procédé de collection ne manquera pas de créer.

Combien de fois n'avons-nous pas entendu dire par certains mar-

chands: Telle ou telle personne était autrefois mon meilleur client. Aujourd'hui il ne met plus les pieds dans mon magasin. D'un ami peut-être, le système de crédit en a fait un ennemi.

Donc, à tous points de vue il est bon d'abolir le crédit et d'établir le mode de paiement au comptant. Et nous ne pouvons qu'approuver les marchands qui suivent cette direction.

Ceux qui n'ont pas encore commencé éprouveront certainement quelques ennuis au début, mais qu'ils n'oublient pas que leur persévérance sera bientôt couronnée de succès et qu'alors tout en ayant contribué à stabiliser leurs affaires, ils auront rendu un immense service aux familles qui sont rongées par la plaie du crédit. C'est au marchand de battre la marche, le consommateur suivra nécessairement.

LE PROJET DE TAXE DE 15% sur les primes payées aux compagnies d'assurance ne possédant pas de permis, ne rencontre pas l'assentiment de plusieurs maisons d'affaires et organisations publiques de Montréal, qui ont signé une requête à l'effet d'induire Sir Henry Drayton à ne pas donner suite à ce projet.

LA COMPAGNIE P. T. LEGARÉ vient d'obtenir une nouvelle charte portant son capital de \$1,000,000 à \$5,000,000. La nouvelle compagnie portera le nom de "La Compagnie P. T. Légaré, Limitée".

Cette maison possède comme firmes subsidiaires: la compagnie "Légaré Automobile & Supply Ltée"; la "Star Phonograph Co., Ltd" de Québec; la "Dominion Carriage Co. Ltd"; et la "Percival Plough and Stove Co." de Merrickville, Ont.

LA DETTE DE LA VILLE DE QUEBEC per capita se chiffre à environ \$119.00, tandis que celle de Montréal s'élève à \$162.50.

LE SURPLUS DES REVENUS ORDINAIRES du Canada sur les dépenses, pour l'année fiscale finissant le 31 mars 1921 a été de \$94,000,000.

Assurances et Cartes d'Affaires

1870 — 1920

AUGUSTE COUILLARD

IMPORTATEUR DE
Ferrerierie et Quincallerie, Verres à
Vitre, Peintures, etc.
Spécialité: Poêles de toutes sortes.
111-117 Rue St-Paul Est
Ventes: 12 et 14 Rue St-Amable, Montréal

Comme nos voyageurs ne peuvent visiter toute la province dans le même mois, il n'est pas nécessaire d'attendre leur visite pour nous envoyer vos commandes. Toutes les commandes reçues par maille ou par téléphone, Main 590 auront, comme toujours, notre meilleure attention. Il nous fera toujours plaisir, sur votre demande, de vous coter les meilleurs prix du marché.

P. A. GAGNON, C.A.

COMPTABLE LICENCIÉ
(CHARTERED ACCOUNTANT)

Chambres 815, 816, 817, Edifice
Banque de Québec
11 Place d'Armes, MONTREAL

Assurance Mont-Royal

Compagnie Indépendante (Incendie)

17 rue St-Jean, Montréal
l'hon. H.-B. Rainville, Président,
P.-J. Perrin, Gérant général.

Arthur Brodeur

MANUFACTURIER
D'EAUX GAZEUSES

SPECIALITES:

Iron Brew	Champagne Kola
Ginger Ale	Cidre de Pomme
Lemon Sour	Eau Minérale
Cream Soda	Fraise
Cherry Cream	Orange
Cidre Champagne	Siphon, Etc.

35 rue Frontenac, TELEPHONE
LABALLE 256

Envoyez-nous vos Voialles Vivantes
et vos Oeufs Frais pondus.

PROMPTE REMISE TOUJOURS.

P. Poulin & Cie, Limitée

89 MARCHE BONSECOURS,
Montréal.

GARAND, TERROUX & CIE

Banquiers et Courtiers

48 rue Notre-Dame O., Montréal.

L.-R. MONTBRIAND

Architecte et Mesureur,

220 rue St-André, MONTREAL



Exigez cette
Marque

Pour avoir ce qu'il y
a de mieux en fait de
Saucisses au porc frais
Frankfurt

Jambon Pressé
Saucissons de Boulogne
Saucissons Spéciaux
Régulier et à Pail

COTE & LAPOINTE Enr.
287 rue Adam, MAISONNEUVE

HOTEL VICTORIA

QUEBEC

H. FONTAINE, Propriétaire
COTE DU PALAIS

Plan Américain \$3.00, \$3.50 et \$4.00
par jour.

Mèches Torses

Nos experts se feront un plaisir de vous donner leur avis sur tout ouvrage difficile. Ceci est toujours gratis.

Nous sommes également fabricants de vis de pression, vis à bouchon et de limes P/H et marque "Imperial".

Notre adresse à Montréal est:

John Morrow Screw & Nut Co., Ltd.
489 RUE ST-PAUL OUEST, Tél. Main 8418

Commandez par le nom MORROW.

Essayez d'abord chez votre courtier.

USINES A

CANADA.

(3)

CANADIENNE — SOLIDE — PROGRESSIVE**BRITISH COLONIAL**

FIRE INSURANCE COMPANY

MONTREAL



ASSURANCES-INCENDIE
AUX TAUX DE L'ASSOCIATION
DES ASSUREURS.

Nova Scotia Steel & Coal Co.

LIMITED

MANUFACTURIERES

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

Grosses Pièces de Forges, une Spécialité

Mines de Fer — Wabana, Terrebonne. — Mines de charbon.
Hauts-Fourneaux, Fours à Réverbère à Sydney Mines, N.-E. —
Laminaires, Forges et Ateliers de Finition à New-
Glasgow, N.-E.

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

ASSURANCES

L'ASSURANCE ET LES AGENTS

LA GUERRE N'A PAS AFFECTÉ LES AFFAIRES

Le projet de faire de l'assurance une carrière choisie devrait être admis.

Hier, nous avions la bonne fortune de rencontrer le Surintendant pour la province de Québec de la Compagnie d'assurance-vie, la Sécurité du Canada.

Nous posions à M. A. E. Lafond, la question suivante: "Est-ce que la guerre a beaucoup affecté le monde des assurances?"

"—Je puis vous dire, nous répondit-il, que si la guerre a tout bouleversé, elle a à peine effleuré nos affaires. Alors que tout subissait une dépréciation notable, l'assurance, particulièrement l'assurance-vie, se maintenait dans une position excellente. Et la raison en est bien simple. C'est que plus les affaires vont mal, plus on sent la nécessité de se protéger en cas de malheur. Or, il est incontestable que la valeur d'une police quelconque d'assurance, a été au lendemain de la guerre comme aujourd'hui encore de beaucoup inférieure à celle qui a précédé le grand bouleversement.

"C'est ainsi que le porteur d'une police de \$10,000.00 il y a dix ans, s'est trouvé à un certain moment, à n'avoir entre les mains qu'une valeur de \$5,000.00, puisque les prix avaient simplement doublé. Voilà pourquoi, pendant que tout allait si mal nous avons constaté, en assurance-vie, une recrudescence inaccoutumée. Ceux qui portaient de l'assurance ont augmenté leur police, ceux qui n'en portaient pas du tout, redoutant avec raison un malheur possible, ne voulurent pas courir de risques et s'assurèrent en grand nombre. Si bien que le chiffre d'affaires de toutes les compagnies n'a fait qu'augmenter. Pour ce qui regarde la compagnie que j'ai l'honneur de représenter, je suis simplement émerveillé.

"Mes agents font des affaires d'or. En certains cas je suis tenté de modérer leur zèle au lieu de l'enconrager."

Comme on le voit la réponse de

M. Lafond est des plus encourageantes et nous fait voir que le peuple saisit de plus en plus l'importance de l'assurance.

En voyant la persistance que nous mettons à parler sur ce sujet, d'aucuns pourraient prétendre que nous sommes poussés, pour ce faire, par des intérêts personnels quelconques.

Ces prétentions, cependant, ne produiront pas beaucoup d'effet sur nos lecteurs qui se recrutent surtout parmi la classe sérieuse. Car ils n'auront pas de difficulté à se rappeler que l'assurance, de quelque nature qu'elle soit, fait partie de notre programme.

Le Travail, le Capital, les Banques, les Placements, l'Assurance, voilà les points principaux sur lesquels nous tenons à informer nos lecteurs et les intéresser si possible.

Dans notre dernier numéro, en parlant des devoirs du journaliste financier nous disions que nous avons la prétention, quoiqu'il puisse nous en coûter, de suivre à la lettre le programme d'honnêteté et d'impartialité que nous nous sommes tracé.

De même que l'assurance sérieuse et profitable repose sur une base d'honnêteté, ainsi doit-il en être de toute propagande en faveur de l'épargne. Nous l'avons dit et nous le répétons, l'assurance est de tous les placements, le plus solide et celui qui donne parfois un plus grand rendement. Voilà pourquoi nous insistons tant sur ce sujet.

Aujourd'hui nous voulons nous adresser tout particulièrement aux agents.

L'Association des assureurs, si notre mémoire ne fait pas défaut, agite en ce moment la question de faire de l'assurance une véritable carrière d'où seraient exclus tous ceux qui ne veulent pas s'occuper exclusivement de ce mode de placement.

Nous ne croyons pas que ce projet rencontre de sérieux obstacles. Le champ de l'assurance est assez vaste pour permettre à une classe de personnes expertes en matière d'assurance de gagner honorablement leur vie.

Si nous nous plaçons simplement au point de vue de la protection de l'épargnant, nous constatons immédiatement le bien fondé du projet qu'on veut mettre à exécution.

Sans vouloir jeter le blâme à qui que ce soit, nous pouvons dire, sans crainte de nous tromper qu'il s'est

commis un trop grand nombre d'erreurs de la part d'agents qui ne connaissaient suffisamment le plan d'assurance qu'ils vendaient.

Nous ne prétendons pas que les plans d'assurance sont généralement compliqués. Mais, il est arrivé bien souvent qu'on vendait tel plan parce qu'on n'en connaissait pas d'autres!

La conséquence c'est que dans ces cas l'acheteur a été simplement privé d'avantages qu'en réalité la compagnie était en état d'offrir. De plus ce fait a donné trop souvent lieu à de justes réclamations de la part de l'assuré, et a contribué dans une bonne mesure à déprécier et l'agent qui avait vendu un plan inférieur comme avantages, et l'assurance qu'on regardait plutôt comme un piège. C'est sans doute à cause de cela que les bons agents, les véritables vendeurs d'assurance éprouvent aujourd'hui tant de difficultés à faire de l'assurance.

D'où viennent, sinon des vendeurs d'occasion, les appréciations fausses qui circulent dans le public au sujet de certains genres de police? Où chercher l'origine du ridicule que l'on jette si facilement sur la carrière de l'agent d'assurance.

Ceci nous rappelle un petit fait qui fera ressortir notre pensée. Il s'agissait de faire accepter la signature de quelqu'un sur un billet promissoire. Et pour ce faire on n'eût rien de plus pressé que de dire avec emphase: le signataire est un agent d'assurance! Allons donc! reprit l'intéressé qu'est-ce que cela peut faire? Un agent d'assurance n'est pas autre chose qu'un agent d'assurance. Ça n'a pas d'importance!

Nous savons bien que cette mentalité tend de plus en plus à disparaître; mais nous croyons que ceux qui forment le véritable noyau de l'assurance ont tout intérêt à éliminer des éléments peu désirables et trop souvent nuisibles.

Il y aura bien la question de rémunération, mais nous croyons que les compagnies qui, au dire des surintendants font des affaires d'or et ont suffisamment de capitaux pour se maintenir sur un bon pied peuvent voir à ce que cette profession soit suffisamment rémunératrice pour leur permettre de faire un choix judicieux d'agents qui leur feront honneur et seront par leur expérience en état de développer davantage leur volume d'affaires, tout en assurant à l'épargnant une plus grande protection.

Table Alphabétique des Annonces

A		Gingras Piano & Gramophones	110
Ames Holden McCready	15	Goldstein Mfg. Co. Ltd	105
American Pad & Textile	14	H	
Assurance Mont-Royal	111	Hamilton Stove & Heater Co., Ltd.	4
AutoStrop Razor	17	Hébert, L. H.	46
Aluminium Ware Mfg	40-41	Hobbs	47
B		Hall-Zryd Foundry	34
Banque Molsons	110	Heinz	109
Banque Nationale	110	I	
Banque Provinciale	110	Imperial Tobacco	51
Barrett	43	J	
British Colonial Fire	111	Jamieson	28-29
Brodeur, A.	111	Johnson	Couverture
Brandram-Henderson	Couverture	L	
Butterfield & Co. Qué.	8	Laporte, Martin Ltée	108
Brodie & Harvie	96	Leslie & Co., Ltd.	25
Banwell Hoxie	12	Lewis Bros.	100
Beach Foundry	36-37	M	
Bowser	24	Mathieu (Cie J. L.)	107
Burrow Stewart	38	McArthur Alex.	39-110
Brantford Cordage	46	Montbriand, R.	111
C		Macdonald, W. C.	90
Canadian National Carbon	50	Montreal Biscuits Co.	107
Canadian Packing	83	Morrow Screw & Nut Co.	111
Canada Foundries	13	McCormick Mfg.	84
Canada Decalcomania	106	Mount-Royal Milling	109
Church & Dwight	96	N	
Chamberlain Medicine	107	National Electric Heating Co. Ltd.	105
Canadian Warren Axe	106	Nova Scotia Steel Co.	111
Couillard, A.	111	Northern Electric	49
Connors Bros.	92	O	
Clark, Wm.	92	Ottawa Paint	19
Côté & Lapointe	111	Oneida Community	44
Channell Limited	Couverture	Oak Tire	32
Champion Spark Plug	5	P	
Connor & Sons	18	P. Poulin & Cie Ltée	111
Coleman Lamp	9	Pink	24
Canadian Steel	109	Pedlar People	32
Canada Paint	26-27	Puritas	99
Clement Meunier	94	R	
D		Ramsay & Son	46
Dom. Linseed Oil	33	S	
Dominion Cannery	94	Salada Tea	108
Dominion Oil Cloth	20-21	Stauntons Ltd.	48
E		Still Mfg Co.	48
Eddy, E. B., & Co.	96	Steel Trough & Co.	109
Eclipse Mfg. Co.	16	Sherwin-Williams	22-23
F		Stanway Hutchins	94
Fontaine, Henri	111	St. Croix Soap	99
Ford Motor	6	Small's Ltd	99
Frost Steel & Wire	14	T	
Flint Varnish	Couverture	Thermos Bottle	10-11
G		Thum & Co.	56
Gagnon, P. A.	111	V	
Garand, Terroux & Cie	111	Veribest Aluminum	48
Glidden Varnish	30-31	W	
Gutta Percha Rubber Co.	7	Walker Bin & Store Fixture Co.	3
Galt Stove	35	Western Assurance	106



La seule qualité de ces Peintures les fera Vendre sur votre marché :: ::

La qualité indiscutable des peintures et des vernis de E. I. du Pont de Nemours et Compagnie et la faveur dont ils jouissent font partie de la valeur des produits Flint.

Les formules suivies dans la fabrication des peintures et des vernis Flint sont les mêmes que celles des produits du Pont — dont la plupart sont en usage depuis plus d'un siècle.

En ce moment où les marchands vendent plus de produits Flint que jamais, nous vous prions, dans votre propre intérêt, de vouloir bien nous écrire pour vous tenir au courant de notre proposition pour le printemps.

Agents de Vente Canadiens pour
E. I. du Pont de Nemours and Co., Inc.,

*Flint Varnish and Color Works
of Canada, Limited*

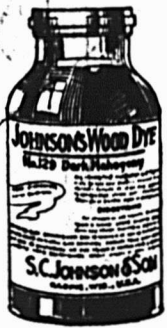
120 Rue St-Jacques, - MONTREAL.

Vancouver, Winnipeg, Sudbury, Toronto, Halifax,



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

Il y a prestige et bénéfice à tenir la ligne complète de JOHNSON



Vous êtes en affaires pour faire de l'argent. Les finis à bois artistiques de Johnson vous laissent un bénéfice appréciable sur chaque vente. Mais en outre les produits Johnson sont des créateurs d'affaires — ils font des clients satisfaits — des acheteurs qui reviennent — le genre qui signifie un commerce soutenu, continu et profitable pour vous. La grande variété de la ligne Johnson vous assure également plus de ventes.

Tout ce qui porte l'étiquette de Johnson est d'une qualité connue et éprouvée — ce n'est pas un produit expérimental d'une uniformité douteuse — mais un produit recommandable et digne de confiance. La vente de la ligne complète de Johnson, vous donne du prestige — car les clients d'un magasin le jugent d'après les produits qu'il vend.



PUBLICITE

La ligne complète de Johnson va être grandement annoncée dans tout le Canada. Les principaux magazines vont porter l'intéressante histoire de Johnson dans les demeures des gens qui sont vos clients logiques. En exposant toutes les lignes dans votre magasin et vos vitrines, vous serez le dernier chaînon en terminant la vente.

AIDES DE VENTE

Et en plus de la publicité, il y a d'attrayantes aides de vente — cartes de comptoir, cartes de vitrine, brochures, prospectus, intérieurs d'enveloppe et beaucoup d'autres articles qui vous aideront à créer un commerce intéressant et profitable de produits Johnson. Lorsque vous envoyez votre commande, spécifiez exactement les aides de vente dont vous avez besoin.

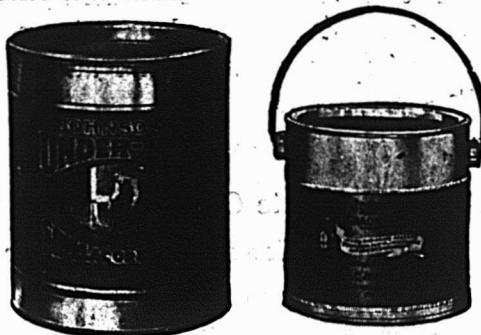


La ligne Johnson est une ligne de qualité.

Les finis à bois artistiques de Johnson comprennent tout ce qui est nécessaire pour transformer le bois non poli en surfaces du plus beau fini. Pâte à boucher le bois — teintures à bois dans toutes les nuances populaires — cire préparée pour planchers et meubles — vernis mat — under-lac, préparation légère, élastique combinant toutes les bonnes qualités des shellac et vernis. — Email Perfectone — première couche Perfectone — Mastic pour boucher les trous des planchers et boiserie — Keen Floor, solution qui enlève les taches, les décolorations, etc., sans endommager le bois — Electric Solvo, pour enlever la peinture et le vernis.



Tout intérieur a besoin continuellement des produits de Johnson pour être tenu en bon état. La ménagère et l'homme pratique, tout comme les menuisiers, les peintres, etc., sont des clients en perspective pour le marchand de Johnson.



La cire préparée de Johnson en pâte ou liquide offre à des milliers et de milliers d'intérieurs le produit à nettoyer et à polir qui les conserve frais et comme neufs. Partout où il y a de la boiserie et des planchers, on a besoin de cire Johnson.

Les protecteurs de voitures de Johnson —

Lorsque vous prenez en stock la ligne de Johnson de finis à bois artistiques, ne manquez pas de comprendre les protecteurs de voitures Johnson — ce sont des créateurs de bénéfices. Vous pouvez les tenir tout à côté de la ligne régulière de Johnson, sans sacrifier beaucoup d'espace à leur étalage et sans engager beaucoup de votre capital.

Le "Carbon remover" de Johnson s'est montré un article de vente facile partout où il a été exposé. C'est un moyen propre et très

Une ligne profitable d'accessoires d'autos.

efficace de faire disparaître le carbone. Vous pouvez le vendre facilement.

Le Black-Lac de Johnson — le produit parfait pour nettoyer la capote — L'Huile "Stop-Squeak" de Johnson — réduit les possibilités de rupture des ressorts — Le Ciment à radiateur de Johnson — le liquide réparateur pour radiateur et la Cire liquide préparée de Johnson pour polir la carrosserie — sont tous de bonne vente. Demandez les renseignements complets sur notre proposition attrayante au détaillant.

S. C. JOHNSON & SON, LTD.

BRANTFORD, ONTARIO, CANADA.



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