



Les *Affaires*

ORGANE DE SOLIDARITÉ PATRONALE

LE CENTRE INDUSTRIEL DU MOIS



TROIS-RIVIÈRES, troisième ville de la province de Québec en population, centre d'industries multiples: papiers, laminerie d'aluminium, etc.; l'un des ports importants du St-Laurent, situé à mi-chemin entre Québec et Montréal.

Vient de paraître: le PREMIER FASCICULE du

DICTIONNAIRE

CANADIEN ILLUSTRÉ

DANS LEQUEL VOUS ALLEZ TROUVER—

- Tous les mots courants de la langue française à l'égal des meilleurs et plus récents dictionnaires importés d'Europe.
- ✿ Tous nos **canadianismes** intéressants, c'est-à-dire les mots et acceptions du parler populaire des Canadiens de langue française, avec leurs équivalents en français littéraire.
- ✿ Les termes courants du **commerce**, de l'**agriculture**, des **métiers** et de l'**industrie** de CHEZ-NOUS, qui en font un véritable **dictionnaire de famille** — pour le Canadien moyen, l'ouvrier, l'homme d'affaires, l'homme de profession, le journaliste, les secrétaires, les amateurs de mots croisés, etc.
- ✿ Des illustrations inédites en abondance — partout où nécessaire dans le texte.
- ✿ De nombreuses planches en noir et en couleurs illustrant les **machines** et **appareils** en usage chez nous; nos **arbres**, nos **animaux**, nos **insectes**, nos **fleurs**, etc.
- ✿ Des dizaines de milliers de citations et d'exemples tirés des auteurs classiques de France, auxquels s'ajoutent des milliers de citations typiquement et savoureusement canadiennes...



C'EST UN **DICTIONNAIRE** Spécialement conçu pour le **CANADA FRANÇAIS**

- Où l'on appuie sur le sens des mots touchant les **AFFAIRES**, la **MÉCANIQUE**, la **PSYCHOLOGIE**, les **TECHNIQUES MODERNES** importées chez nous des États-Unis: **RADIO**, **TÉLÉVISION**, **AUTOMOBILE**, **AVIATION**, **ÉLECTRONIQUE**, etc.
- Où les mesures sont **NOS MESURES COURANTES** — pieds, pouces, gallons, livres, milles, etc.
- Où, enfin, les jeunes pourront enrichir leur vocabulaire et acquérir le goût de la recherche parce qu'ils reconnaîtront dans ce dictionnaire la langue qu'ils parlent et qu'ils entendent, avec ses **défauts** sans doute, mais aussi avec les **moyens d'y remédier** lorsque nécessaire.
- Pour qui que ce soit et à tout âge, c'est un formidable instrument de culture et de documentation, conçu dans un esprit essentiellement canadien. La **radio**, la **télévision**, la grande **presse française** et **anglaise**, en ont salué l'avènement en termes particulièrement élogieux. La qualité de l'œuvre dépasse l'attente générale.

Ce **DICTIONNAIRE COMPLET** de CHEZ-NOUS porte le nom officiel de
DICTIONNAIRE GÉNÉRAL de la LANGUE FRANÇAISE au CANADA

Sa compilation a duré tout près de 20 ans. A l'édition originale de Littré-Beaujean, datant de 1874, ont été ajoutés par l'auteur canadien 12,900 mots nouveaux (sciences, commerce, technique, etc.), 4,500 **canadianismes**, 2,250 acceptions modernes et plusieurs milliers d'illustrations. C'est un document unique, éminemment bien adapté aux exigences particulières du Canada français. Il appartient donc à une élite de nous accorder son support moral et matériel en s'engageant —

Postez-nous ce coupon aujourd'hui même

BELISLE, ÉDITEUR, 4 rue St-Jacques, Québec

Je vous autorise à m'inscrire comme abonné à vos fascicules mensuels du **Dictionnaire Général** décrit ci-dessus.

NOM.....

ADRESSE.....

VILLE.....

Ci-inclus \$15 (ou) après envoi du 1er fascicule, veuillez me facturer pour un an (\$5) ou pour la totalité des envois (\$15). Inclus \$1.50 pour relieur automatique sans perforation. J'ajoute \$... comme gage de soutien à votre œuvre.
 Ci-inclus 10c. envoyez-moi 16 pages spécimen du **DICTIONNAIRE** et formule d'abonnement.

1° à recevoir le **Dictionnaire Général** par fascicules, soit à raison de 64 pages par mois, pendant 28 et peut-être 33 mois;

2° à nous faire remise en tout et partout: soit de \$15 comptant, soit de \$5 sur envoi de leur abonnement, \$5 après réception des 12 premiers fascicules et \$5 après réception des 12 fascicules suivants. (A noter que le prix de détail du dictionnaire, une fois terminé, sera de \$25 pour ceux qui n'auront pas souscrit au départ).

Chacun de ces fascicules correspond à un volume normal de 380 pages et ne vous coûte, en somme, que 40c. Mais vous prenez part à une expérience **unique**—celle de voir naître sous vos yeux un **dictionnaire canadien** et de participer de première main à cette **merveilleuse aventure**. Cela, tout en jouissant de l'occasion de revoir graduellement **votre langue**, d'en scruter les nuances pour la mieux connaître, et vous en servir avec virtuosité dans la direction de vos affaires.

En raison du coût très élevé d'une telle entreprise, je ne peux imprimer qu'un faible excédent au nombre de fascicules pour lesquels j'ai actuellement des souscripteurs. Afin de ne pas manquer le départ de cette nécessaire et patriotique entreprise, retournez-moi **dès aujourd'hui** le coupon ci-contre en vous prévalant de l'une ou l'autre, des modalités qu'il vous permet.

Organisation et gestion des entreprises. — Publicité. — Vente. — Etalages. — Comptabilité. — Psychologie appliquée aux affaires. — Efficience. — Méthodes de bureau. — Correspondance commerciale. — Actualités économiques et commerciales.

Édité à Québec

SEPTEMBRE 1955

Vol. XXVII — No 8
328ème Livraison

Une exploitation rationnelle de nos "différences" peut valoir des millions

ES problèmes soulevés par les administrateurs de la Chambre de Commerce de Québec au cours de leur entrevue avec le Premier Ministre de la province, mercredi dernier, et les commentaires de M. Duplessis sur le mémoire de la Chambre méritent que, dans tous les milieux intéressés, on leur accorde une sérieuse attention.

Nous ne pouvons en étudier tous les aspects aujourd'hui. Arrêtons-nous seulement à deux points qui coulent l'un de l'autre: l'esthétique ou le coup d'oeil créable qui doivent présenter les abords de nos grandes routes et le caractère français qui, à tout prix, doit être conservé dans chaque sphère qui relève de notre zone d'influence au Canada.

L'embellissement présente un côté positif: celui de s'ajouter à ce que toute construction nouvelle soit agréable à l'oeil et cadre bien avec le paysage. Plusieurs villes possèdent déjà une Commission d'Urbanisme ou un comité ayant certains pouvoirs pour réglementer la construction dans les limites de leur juridiction. Mais c'est là l'exception plutôt que la règle et un organisme d'envergure provinciale devrait exister afin d'exercer son action là où les commissions urbaines municipales ne peuvent agir.

Dans les cadres des pouvoirs conférés à cet organisme devraient entrer, notamment, celui de posséder une solide documentation qui permettrait de donner à son travail un caractère réellement constructif: plans de maisons, et autres constructions de style canadien et d'une gamme très ample de prix: modèles et textes d'enseignes en français, ou bilingues avec, toujours, la priorité à notre langue — dans le Québec

UNE LOCOMOTIVE FRANÇAISE REMORQUE UN TRAIN A PLUS DE 206 MILLES A L'HEURE

On a beaucoup écrit sur le record battu en mars dernier par deux locomotives françaises qui, sur une ligne du sud-ouest, entre Lamothe et Morceaux, ont dépassé les 200 milles à l'heure. La presse mondiale avait délégué ses représentants dans une petite gare où les convois devaient atteindre leur maximum de vitesse. Le cinéma s'est emparé de cette performance et en a répandu le spectacle sur tous les écrans du monde. Cela a été, en somme, un grand moment de la civilisation contemporaine, un de ceux où se marque l'accroissement prodigieux des résultats obtenus par la technique.

Qu'on y songe: les records précédents étaient de très loin dépassés, et rarement bond aussi prodigieux avait été accompli dans l'exploitation de la vitesse.

Le 8 octobre 1829, en Angleterre, une locomotive à vapeur, baptisée triomphalement "La Fusée", avait atteint 30 milles à l'heure. Dix ans plus tard, une locomotive nommée "Lucifer" avait, aux États-Unis, atteint la vitesse endiablée de 59 milles à l'heure.

En 1845, une machine anglaise atteint

LES AFFAIRES, revue d'action économique, publiée mensuellement par Louis-A. Belisle, A.C.B.A., éditeur. Imprimée aux ateliers de La Semaine Commerciale, à 4, rue St-Jacques, Québec, P.Q. (Case postale 100, Station B). Téléphones: le jour 2-1344; le soir 7-4275. Les articles que contient cette revue sont protégés par un droit d'auteur.

ABONNEMENT: Canada, un an: \$3.00. Etranger: \$4.00.

Autorisé comme envoi postal de deuxième classe — Ministère des Postes, Ottawa, Canada.

le français doit se placer au premier rang, c'est la langue du pays, et l'anglais en-dessous, dans tout texte publicitaire; répertoire aussi varié que possible d'appellations typiquement françaises pour désigner les auberges, restaurants, agglomérations de cabines, casse-croûte, auto-buffets, etc.

Nos gens ont bonne volonté et ils sont disposés à bien faire. Seulement, dans un nombre déplorable de cas, ils manquent d'imagination parce que leur esprit n'a pu s'enrichir d'exemples nombreux et variés. D'ailleurs, un restaurateur ou une mère de famille habile à fabriquer des tapis crochetés ou des bas par côtes n'est pas nécessairement versé dans l'art publicitaire, l'orthographe, le lettrage des enseignes et tous les secrets du style canadien. C'est à des experts en ces questions que revient d'informer toute personne avide ou non de se renseigner, mais ayant, de près ou de loin, quelque chose à faire avec l'industrie du tourisme. Si chacun pouvait obtenir sur demande, d'un organisme spécialement conçu et pourvu à cette fin, des brochures concernant le style canadien, le lettrage des enseignes, l'aménagement des parterres, la modernisation des vieilles maisons sans en détruire le style, la mise à profit des beautés naturelles de certains sites, etc., non seulement on contribuerait à prévenir une foule de sottises architecturales, mais encore on rendrait bientôt la campagne québécoise extrêmement attrayante aux touristes.

Le même organisme, en plus des pouvoirs positifs de suggestion et d'assistance que nous venons d'esquisser, devrait aussi posséder certains pouvoirs de sanction. Une amende devrait être imposée à tout adulte responsable qui expose à la vue du public des enseignes et réclames grossièrement peintes ou qui — et la chose se voit trop souvent — portent des N ou des S à l'envers . . . L'ignorance et la laideur font de la publicité à rebours.

L'embellissement et le sens du beau qui l'inspire sont les marques d'un certain sens social. On désire posséder une belle propriété, aux abords agréables, pour satisfaire sa propre fierté, certes, mais aussi pour plaire aux personnes, connues ou inconnues, qui pourraient y porter leurs regards. Il y a beaucoup de citoyens qui possèdent ce sens social et qui en donnent des manifestations éclatantes; quant à ceux qui ne croient pas avoir les moyens ou le temps de rendre leurs propriétés agréables à regarder, quelques suggestions opportunes et diplomatiquement présentées auraient vite fait de les convaincre qu'en y mettant un peu de travail et beaucoup de bonne volonté la chose est plus facile qu'ils se l'imaginent.

L'aspect linguistique, donc français, de tout ce qui est québécois, mérite de très sérieuses considérations. Il est grand temps que le Canada français dont Québec

les 60 milles. En 1890, la France s'adjuge un nouveau record avec 90 milles à l'heure. En 1936, en Allemagne, une locomotive remorquant un convoi de 200 tonnes, atteint 125 milles à l'heure en palier, sur la ligne de Berlin-Hambourg.

En Angleterre, en 1937, une locomotive du type "Pacific" et remorquant 224 tonnes, atteint 126 milles à l'heure.

Survient la traction électrique, qui permet, le 11 février 1954 à une auto motrice française, d'établir le record à 151 milles à l'heure entre Dijon et Beaune.

Pour réaliser ces performances, il faut "pulvériser", comme on dit, tous les records successifs, pour approcher des limites qui, paraît-il, maintenant ne pourront plus être dépassées avant de nombreuses années, il a fallu certainement des engins d'une grande précision et d'une grande solidité. Et, pour beaucoup de spectateurs de la dernière performance, les vainqueurs sont ces machines, chacun appelle maintenant la B.B. (Bonne Compagnie), comme s'il s'agissait de diminuer les humains. Il est même question de les amener à Paris, et de les exposer à l'acrobation des foules, comme le héros du combat de boxe, ou un athlète victorieux.

On comprend, certes, l'hommage rendu ainsi à la machine, quand celle-ci contribue au prestige du pays qui l'a fabriquée. Mais, ne faudrait-il pas aussi évoquer les hommes qui l'ont conçue, les hommes qui l'ont animée, les hommes surtout qui ont participé à l'extraordinaire exploit et qui, dit-on, sont descendus des wagons à l'arrêt, le visage creusé par l'émotion, la trépidation, la fatigue?

Ne faut-il pas rendre hommage à ceux qui, pendant plusieurs mois ont préparé l'extraordinaire exploit, dont la réalisation n'a duré que quelques minutes?

Pendant presque un an, l'ingénierie des techniciens, des ingénieurs, s'est attachée à prévoir les nouvelles difficultés, les nouveaux risques que pourrait produire une performance aussi inaccoutumée. Pendant des mois, ils ont, si l'on peut dire, ausculté la machine elle-même, pour voir comment la transmission du courant électrique répondrait à un tel effort, comment le ballast et les rails supporteraient une telle pression.

Des essais partiels ont été réalisés, on

st le château-fort, en vienne à posséder son Office de linguistique. Il ne sert à rien de prétendre que la langue est notre plus riche héritage après la religion. Les pouvoirs publics ne font rien pour en assurer l'intégrité dans les cadres d'une évolution conforme aux exigences de la vie moderne. Je crois avoir suffisamment fait dans ce domaine pour avoir le droit de publier une opinion basée sur ce qu'il m'a été donné d'observer jusqu'à présent.

Nous ne sommes pas assez fanatiques de nos prérogatives parce que nous ne saisissons pas suffisamment l'importance de leur portée. On prétend en certains milieux qu'il est impossible de réussir dans les affaires sans posséder l'anglais. Dans les affaires à échelle transcontinentale, peut-être, mais pourquoi commencerions-nous pas par servir notre propre marché comme il faut? Si nous nous en donnions la peine, le Québec pourrait être à peu près indépendant du reste du monde et même faire dépendre une partie importante de l'étranger de nous pour une foule de produits. La langue est la base de toute culture. Les problèmes économiques et financiers seront encore mieux compris par les nôtres en français qu'en aucune autre langue — à condition qu'on les leur enseigne...

Mais pour compenser les affaires que nous ne pouvons obtenir des autres provinces en traitant avec elles en français, nous pouvons faire entrer chez nous plusieurs centaines de millions par année grâce à l'industrie du tourisme. Et l'industrie du tourisme ne viendra chez nous qu'à condition d'y trouver un reflet de la vieille France, d'y découvrir quelque chose de différent de ce qu'on peut voir en Nouvelle-Angleterre, au Texas en Ontario ou dans les grandes villes anglo-américaines du continent. Ce quelque chose c'est notre visage français; ce sont nos fermes clôturées; nos champs de paroisse; nos édifices et nos résidences de style canadien; nos fours à pain; nos moulins à vent en bois; une charrette à boeuf adroitement reconstituée par ci par là afin d'attirer l'attention des amateurs de photographies; ce sont nos vieux moulins à farine avec roues à aubes qu'il s'agirait de remettre en marche non seulement pour attester de notre fidélité aux traditions, mais aussi pour produire de la farine d'habitant, si saine, avec, à côté, un four qui produirait pour les touristes du vrai "pain d'habitant"; ce sont enfin nos bonnes recettes de cuisine canadienne, simple, savoureuse et peu onéreuse.

Et combien d'autres ressources visuelles et gustatives ne pourrions-nous pas exploiter intelligemment, à condition de nous en donner la peine, de posséder le sens de ce que les Américains appellent le "showmanship" et de pratiquer tout cela avec discrétion, en contraste avec le bagout tapageur qui sent, une lieu

étudier la réaction de tel ou tel élément intervenant dans ce fantastique ensemble d'un train de quelques deux cents tonnes, progressant comme un bolide. Essais des moteurs que l'on a fait tourner en fosse, c'est-à-dire sans que les roues des machines soient en contact avec la voie. Essais des trains roulant à de fortes vitesses, pour éprouver la résistance des essieux, des roues et des boîtes. Essais de modèles réduits au tunnel de Saint-Cyr, pour déterminer les modifications à apporter au matériel, locomotives et voitures, afin de réduire la résistance provoquée aux très grandes vitesses par un mauvais aérodynamisme — essais au tunnel de Modane d'un pantographe réel (c'est-à-dire de la pièce qui capte le courant électrique sur les fils qui le transportent) afin de déterminer son comportement à très grande vitesse. Puis en dernier lieu, exécution de nombreuses marches d'essais sur la ligne choisie.

Une année a été employée à réaliser ce programme. En outre, des précautions minutieuses ont été nécessaires pour assurer la bonne marche des convois d'essai; liaison radiophonique entre la locomotive et le poste de commandement, surveillance et gardiennage de la voie et des passages à niveau, mesures de sécurité avant, pendant et après l'essai.

Ainsi, les résultats obtenus au cours des records de mars 1955 ont été le couronnement d'un travail long et minutieux. En rendre hommage à la "technique" comme à une déesse aveugle, et inhumaine, serait une grande injustice. Des hommes ont consacré leur intelligence, leur imagination, — des hommes ont employé leur

VOUS trouverez certainement une

B O N N E I D E E
dans le numéro de la
REVUE DE L'EFFICIENCE
QUE NOUS VOUS OFFRONS

Des idées neuves — Des méthodes modernes
Un esprit "jeune".

LA REVUE QU'ON PREND LE TEMPS DE
LIRE PARCE QUE SA LECTURE PAIE.

Envoi gratuit pour les lecteurs de la
Revue "LES AFFAIRES" sur simple demande à

LA REVUE DE L'EFFICIENCE

58, Boulevard du Régent BRUXELLES (Belgique)

à la ronde, l'extorsion systématique, le "racket" et l'exploitation.

Car l'un des aspects moraux du Québec qui y attireront le tourisme sera toujours la bonne vieille urbanité proverbiale du Canadien français jamais trop pressé, un peu goailler et possédant le véritable sens de l'humour. Ces qualités se perdent parce qu'on perd son indépendance, parce qu'on enrage de faire le plus d'argent possible en travaillant le moins possible, mais aussi faute de savoir exactement comment pratiquer un civisme caractéristiquement canadien. Il y a là matière à tout un cours de sciences sociales . . . Et pourquoi un tel cours ne serait-il pas institué? Après tout, la formation universitaire doit préparer aux carrières qui répondent aux besoins de l'époque, et notre folklore, en plus de ses trésors artistiques, possède aussi des trésors commercialement exploitables.

Envisagés sous leur angle commercial, nos ressources folkloriques, notre héritage de la vieille France, nos coutumes et tout ce qui nous rend "différents" de la civilisation américaine valent des milliards. C'est une "ressource naturelle" qu'il convient d'exploiter avec la dignité qui convient et que personne, mieux que nous, peut mettre à profit. — Louis-A. BELISLE.

Peinture — Emaux — Vernis



DISTRIBUTEURS pour QUÉBEC et le DISTRICT

Papiers — Tentures

Notre Département de PAPIERS-TENTURE est reconnu comme une des meilleures organisations du pays.

Verre à Vitre

POUR L'INDUSTRIE DU BATIMENT

Nous sommes, depuis trois quarts de siècle, importateurs de tous genres de verre employé dans l'industrie du bâtiment.

Département de Décoration

D'INTÉRIEUR et D'EXTÉRIEUR

Le plus VIEIL ATELIER dans l'Est de la province.

Maison fondée en 1868

GAUTHIER
LIMITÉE

QUÉBEC

292, ST-JOSEPH.

TEL.: 4-4626

temps et ont même risqué leur vie pour que des monstres d'acier soient exposés à Paris, à l'adoration des foules. "Homme mesure de toutes choses", comme a dit un vieux poète. Homme, origine de toutes réalisations et facteur de tout progrès Robert Aron, — S.I.F.

LES MÉNAGÈRES PRÉFÈRENT LES PRODUITS CANADIENS

Une enquête menée par les élèves de troisième année de l'Institut provincial des Textiles de Hamilton a démontré qu'un groupe représentatif des ménagères de cette ville d'Ontario, 74.5% accordent leur préférence aux produits canadiens tandis que 5.4% seulement aux produits importés, tandis que 20.1% n'ont aucune préférence.

Celles qui préfèrent les produits canadiens le font pour les raisons suivantes:

- a) pour assurer les emplois des travailleurs canadiens;
- b) elles trouvent les produits canadiens supérieurs;
- c) elles les trouvent aussi bons que les produits importés;
- d) les modes canadiennes leur plaisent davantage;
- e) elles tiennent à acheter des produits portant l'étiquette syndicale.

35 NOUVEAUX DIPLOMÉS DES ÉCOLES DE TEXTILES

L'industrie canadienne des textiles primaires continue d'absorber les techniciennes à mesure qu'ils sortent des deux écoles provinciales des textiles.

Trente-cinq jeunes gens viennent terminer des cours de trois et quatre ans à l'École des Textiles de St-Hyacinthe, dans la province de Québec, et un cours de trois ans à l'Institut des Textiles de Hamilton, en Ontario. Tous, comme leurs prédécesseurs, ont été placés dès leur sortie de l'école. En fait, il n'y a pas eu assez de diplômés pour le nombre de situations offertes.

Vingt-sept jeunes hommes ont reçu leur diplôme de l'école de St-Hyacinthe et huit de l'Institut de Hamilton. Seize de ces techniciens ont bénéficié, pour leurs études de bourses offertes par les compagnies textiles.

Quelques procédés de vente utiles et efficaces qu'il importe de connaître

La vente en magasin n'exige assurément pas autant de technique orale que la vente de l'assurance ou des articles que l'on offre de porte en porte. Il y a cela au moins deux excellentes raisons: d'abord, les vitrines et la disposition d'un magasin moderne favorisent au client le choix des articles qu'il veut se procurer et, en second lieu, dans le cas d'une épicerie surtout, la clientèle vient y chercher des choses dont elle a absolument besoin et dont la consommation est assurée d'avance.

Il n'en reste pas moins que chaque membre du personnel affecté à la vente doit connaître l'art de convaincre et être en mesure de conclure les transactions qui exigent son intervention. Il va de soi qu'une vente se conclut rapidement et sans difficulté lorsque le client est convaincu d'avance des mérites du produit qu'il achète et dit: "Je vais prendre ceci". Mais il est essentiel que le commis soit suffisamment entraîné à la vente pour se rendre compte du moment où le client est convaincu, ou pour distinguer les raisons de son hésitation.

La vente de l'épicerie n'exige pas de longues et savantes tournures persuasives. Les articles offerts sont nombreux et d'une valeur relativement faible. C'est pourquoi les suggestions du vendeur doivent être brèves et directes. Tenez-vous-en à des idées claires et nettes susceptibles d'intéresser l'acheteur. Si ces suggestions ne paraissent pas réussir, trouvez-en d'autres. Si le client hésite, manifeste des doutes, laissez-le poser ses questions, ce qui vous permettra de trouver la cause de ses hésitations et de mettre vos connaissances en évidence.

PRATTE & COTE, Enr.

Courtiers d'assurances

105, Côte de la Montagne, Québec
Edifice Montmorency

Assurances de toutes sortes

Téléphones: 2-5671 — 2-5672 — 2-5673 — 2-5674

LES PROGRÈS DU QUÉBEC

Le grand journal d'affaires "The Financial Post" publie chaque année, sous forme de brochure, une revue de l'activité économique à travers le pays, qui est accueillie avec faveur dans les milieux industriels et commerciaux, à cause de sa présentation soignée et de son information élaborée.

Cette revue, qui a pour titre "Business Year Book 1955", contient une foule de renseignements instructifs et précieux sur les progrès accomplis par le Québec dans les divers secteurs de la vie économique.

En premier lieu, nous apprenons que la population de la Province s'élevait à 4,209,000 âmes à la fin de 1953. Et, d'après le recensement de 1951, la population de langue française du Québec s'établissait à 3,327,128 personnes.

Les gens au travail dans Québec, d'après le recensement de 1951, étaient au nombre de 1,471,837, dont 1,130,191 hommes et jeunes gens et 341,646 femmes et jeunes filles.

La population qui gagne sa vie sur la terre s'élève à 195,510 personnes, dont 187,946 hommes et jeunes gens, et 7,564 femmes et jeunes filles.

L'Industrie manufacturière emploie, dans 12,024 usines, moulins et manufactures, 439,667 personnes, qui reçoivent \$1,216,894,000 en salaires. La valeur de notre production manufacturière a atteint le chiffre de \$5,370,329,000 en 1953.

Voici quelques détails intéressants à ce sujet:

Industrie de la Pulpe et du Papier: 55 moulins; 23,928 employés; \$92,618,000 en salaires; valeur de la production \$508,124,000.

Industrie du Vêtement masculin: 347 manufactures; 19,617 employés; \$37,845,000 en salaires; valeur de la production \$156,665,000.

Industrie du Vêtement féminin: 525 manufactures; 18,598 employés; \$38,210,000

Il est rarement possible que le vendeur ait le dernier mot dans ce que nous appelons une "ostination". Le client et surtout la cliente se trouve alors forcée à prendre une attitude qui l'empêche de revenir sur ses idées. La meilleure manière de venir à bout des objections présentées par la clientèle se résume en deux mots: "Oui, mais—". Vous semblez accepter l'objection par ce moyen, puis vous la transformez en avantage. C'est un des plus anciens principes de vente qui est toujours efficace et aussi l'un des plus faciles à retenir. Voyons un peu comment on peut en tirer avantage dans la vente des articles d'épicerie:

OBJECTION

1.—Je les trouve trop chers, vos pois en conserve".

"OUI, MAIS—"

"Oui, mais, vous savez, ça dépend des marques et de la qualité que vous obtenez. Vous avez ici une marque connue et des pois verts bien sélectionnés, de belle couleur et que vous serez fière de servir à vos invités les plus distingués."

OBJECTION

2.—J'ai essayé une boîte de ces aliments déshydratés l'an passé et je ne les ai pas aimés".

"OUI, MAIS—"

"Ça se peut. Je sais que quelques-uns des produits déshydratés qui ont été mis sur le marché l'an dernier n'étaient guère au point. Mais ceux-ci sont garantis par la conserverie, et si vous ne les aimez pas, votre argent vous sera remboursé. Vous allez voir que grâce à leur nouveau procédé, les fabricants ont éliminé tout ce dont vous avez pu trouver à redire dans le passé."

OBJECTION

3.—J'en ai déjà acheté et je n'ai pas trouvé que ça goûtait bon".

"OUI, MAIS—"

"C'est possible. Mais ça devait être une autre marque que celle-ci. Vos voisins, Madame Gagnon, me disent que leurs enfants raffolent du goût qu'ils trouvent à ce produit".

Ces trois exemples montrent comment on peut appliquer la technique du "Oui, mais—". Avec un peu de pratique on apprend vite à s'en servir avec virtuosité et à adapter la formule à toutes les objections qui peuvent se présenter au cours des transactions courantes de votre commerce. Lorsqu'un client présente des objections au sujet des prix, ayez toujours une raison plausible à donner pour expliquer la différence. Lorsque des objections sérieuses sont soulevées concernant un produit ou ses usages, il vaut souvent mieux en offrir un autre, ce qui est facile dans une épicerie où plusieurs marques différentes d'un même produit existent généralement côte à côte sur les étagères.

en salaires; valeur de la production \$148,313,000.

Industrie du Textile coton: 23 filatures; 13,947 employés; \$32,842,000 en salaires; valeur de la production \$141,304,000.

Industrie du Tabac: 33 manufactures; 6,935 employés; \$20,353,000 en salaires; valeur de la production \$129,362,000.

Industrie du Textile synthétique: 35 filatures; 11,502 employés; \$30,524,000 en salaires; valeur de la production \$99,119,000.

Industrie des Salaisons: 39 établissements; 4,568 employés; \$13,609,000 en salaires; valeur de la production \$189,403,000.

Industrie de la Raffinerie des Métaux: 8 raffineries, 9,768 employés; \$33,527,000 en salaires; valeur de la production \$318,811,000.

Industrie de la Raffinerie du Pétrole: 8 raffineries; 2,660 employés, \$10,585,000 en salaires; valeur de la production: \$267,755,000.

Industrie des Appareils Électriques: 10 usines; 12,020 employés; \$37,797,000 en salaires; valeur de la production: \$105,525,000.

Industrie de l'Équipement Ferroviaire: 9 usines; 17,127 employés; \$50,611,000 en salaires; valeur de la production: \$158,828,000.

Industrie de l'Avionnerie: 18 usines; 14,705 employés; \$43,052,000 en salaires; valeur de la production: \$102,995,000.

Pour l'Industrie Minière, la valeur brute de la production s'est élevée à \$272,141,000 en 1954, à comparer avec \$165,022,000 pour 1949.

La valeur nette de la production agricole a atteint \$317,806,000 en 1952 à comparer avec \$284,685,000 pour 1949.

Pour l'Industrie Forestière, la valeur nette de la production a atteint \$104,459,000 en 1952 à comparer avec \$113,537,000 en 1949.

La valeur nette de la production d'énergie électrique s'est élevée à \$140,816,000 en 1952 à comparer avec \$104,107,000 pour 1949.

La valeur nette de la production manufacturière a atteint \$2,288,643,000 en 1954 à comparer avec \$1,651,630,000 en 1949.

La valeur nette de la production de l'Industrie de la Construction a atteint \$510,095,000 en 1952 à comparer avec \$450 millions en 1949.

Comme on peut le constater par

Il se présente un moment dans toute transaction de vente où le client se montre disposé à l'achat. Ce moment est peut-être celui où le client lit ce qu'il y a écrit sur l'étiquette, ou encore celui où il semble hésiter, ou enfin, lorsqu'il ou elle pose cette simple question: "Vous pouvez me recommander ceci?"

Avec un peu d'expérience, on se rend vite compte du moment où il faut écrire la commande.

Lorsque vous posez une question, ne la commencez jamais par "Si—", mais plutôt par "Lequel—". Un fait fait d'ordinaire un choix entre une "chose" et une autre "chose", jamais entre une "chose" et "rien".

Demandez donc jamais si Madame la Ménagère veut tel article. Demandez-lui lequel elle désire acheter. "Laquelle préférez-vous, Madame, cette marque— ou celle-ci?" "Allez-vous prendre trois boîtes ou six?" "Préférez-vous des pois de grosseur moyenne ou petite?". Vous avez dans cette tournure d'interrogation l'un des principes fondamentaux de l'art de vendre qu'après quelques essais vous déciderez d'adopter pour la vie.

Lorsque le client dicte lui-même ce qu'il veut se procurer, ce n'est pas de la vente à strictement parler, et tout simplement pour le marchand une invitation à prendre une commande. La vraie vente est celle qui consiste à faire accepter au client des marchandises qu'il n'avait pas songé à se procurer lorsqu'il a les pieds dans le magasin. En faisant à la ménagère des suggestions visuelles ou orales, on contribue à augmenter le volume des ventes de ce genre. Plusieurs articles peuvent être mis ensemble à cette fin. Ainsi, pour ce qui est des salades, il est tout naturel de disposer ou d'offrir ensemble la laitue, la mayonnaise et autres assaisonnements.

Il appartient au propriétaire de l'établissement de veiller à son personnel des faits et des suggestions qui aideront à faire des ventes supplémentaires. L'idée de "pousser les ventes" doit constamment aller de pair avec celle de bien servir la clientèle. Même le garçon de valet peut aider à stimuler les ventes en créant une atmosphère favorable et en accomplissant son travail consciencieusement.

Le téléphone offre toutes sortes d'occasions d'augmenter le volume des ventes. Lorsque les clients ne peuvent venir à votre magasin, ils transmettent leurs commandes par téléphone. C'est là que peuvent se manifester les véritables qualités de vendeur parce que les mots prennent alors la place des étalages et des attrait visuels.

Les clients n'aiment pas attendre et 10 secondes sur un téléphone peuvent leur paraître plus longues que dix minutes dans le magasin où l'on peut voir et manipuler la marchandise. Dans le magasin, les clients sont intéressés par les gens qui s'affairent ici et là et

quelques chiffres succincts, la Province de Québec a réalisé des progrès signalés, dans les principaux secteurs de l'activité industrielle, durant la courte période de trois ans sous revue.

Certaines statistiques un peu prosaïques indiquent bien toutefois que le niveau de vie matériel des gens du Québec connaît une hausse constante d'année en année.

On en jugera par les chiffres suivants:

Le nombre des machines à laver a augmenté de 645,075 en 1951 à 796,000 en 1954; les balayeuses: 283,335 en 1951 et 388,000 en 1954; les téléphones: 499,565 en 1951 et 671,000 en 1954. Les radios: 802,540 en 1951 et 928,000 en 1954; les automobiles: 231,940 en 1951 et 357,000 en 1954. Les lavabos ou éviers: 768,830 en 1951 et 901,000 en 1954; les bains ou douches: 525,690 en 1951 et 645,000 en 1954; les toilettes: 700,385 en 1951 et 849,000 en 1954; les frigidaires: 401,020 en 1951 et 726,000 en 1954; les poêles électriques ou à gaz: 385,330 en 1951 et 558,000 en 1954; les fournaies: 289,375 en 1951 et 363,000 en 1954.

Le nombre des magasins de détail s'est élevé de 39,712 en 1941 à 43,539 en 1951; et le volume des ventes au détail a atteint \$2,438,113,000 en 1951, à comparer avec \$818,671,000 en 1941.

Tous ces chiffres, quoique fort arides, sont néanmoins extrêmement significatifs; ils apportent la preuve formelle, par le langage des statistiques officielles, que la Province de Québec avance de manière soutenue sur la voie d'un progrès continu dans la double sphère de l'activité économique et du bien-être social.

LES TRAINARDS

Un grand nombre de visiteurs prolongent à l'excès leur séjour dans le bureau des hommes d'affaires. Bien des vendeurs tombent dans ce travers. Après avoir reçu une commande, ils s'imaginent qu'il est sage de s'attarder démesurément.

Un industriel a conçu un moyen plaisant pour se débarrasser des "trainards". Sa poignée de mains d'adieu est courtoise en soi, mais en même temps elle constitue une aimable poussée vers la porte.

Un acheteur pousse un bouton secret qui se trouve en dessous de son bureau

ils peuvent attendre avec moins d'impatience. Mais lorsqu'il y a des délais et des retards au téléphone, ils s'imaginent vite qu'ils ne reçoivent pas l'attention courtoise qui leur est due.

Pour réussir à tirer tout le parti possible de votre téléphone, répondez promptement à tout appel. Parlez clairement et directement dans le micro. Écoutez attentivement ce que le client a à dire. Concentrez votre attention à ce que vous faites. Vous ne pouvez faire quoi que ce soit d'autre lorsque vous faites une vente par téléphone. Assurez-vous que vous avez le nom exact du client et son adresse précise. Notez avec soin le nom de chaque article et aussi le prix, si possible, afin d'éviter tout malentendu éventuel. En mettant beaucoup de soin à prendre les commandes par téléphone ou s'épargne des ennuis, du temps et des contestations qui contribuent à mécontenter la clientèle. Pour toutes ces raisons, dans les établissements d'une certaine importance, il y a une ou plusieurs personnes bien entraînées à ce genre de travail qui sont spécifiquement préposées aux commandes par téléphone. — **Louis-A. BELISLE.**

Les Américains offrent en vente un briquet d'origine allemande qui fonctionne sans pierre. L'évaporation d'alcool de méthanol chauffe un grain de platine qui rougeois au contact de l'air et enflamme les vapeurs d'alcool.

Un nouveau service de variétés pour la distraction des voyageurs a récemment été inauguré dans les trains rapides italiens. Il s'agit d'un petit haut-parleur individuel installé dans le rembourrage de l'appui-tête des sièges, qui permet de capter de la musique, des récits ou de brèves comédies, sans pour cela gêner la quiétude du voisin.

LA BIBLIOTHEQUE de l'HOMME d'AFFAIRES

12 volumes, tous en français.

Organisation et Financement des Entreprises. — Crédits et Recouvrements. — Marchés mobiliers et Placements. — La Psychologie Appliquée aux Affaires. — Principes généraux d'Organisation. — Organisation de l'Emploi. — Organisation de la Production. — Organisation Administrative. — Sélection et Formation des Vendeurs. — Prospection de la Clientèle. — Le Service des Ventes. — La Publicité et la Vente. — Les 12 volumes, \$36.00

Téléphone: 2-1344

BELISLE EDITEUR

4 ST-JACQUES,

QUEBEC.

1075, Berri, — Montréal — Tél.: MA 8585

et qui est relié à la sonnerie du téléphone. Il lève le récepteur et dit:

“Oui! Je vais le recevoir dans une minute”. Ensuite, il s'excuse auprès du visiteur qui s'incrute et il s'en débarrasse.

Souvenez-vous que si vous avez une demi-heure à perdre, l'homme que vous visitez est sans doute occupé.

L'amabilité est essentielle. Certains présentants sont trop brefs dans leurs entretiens, d'autres dépassent les limites.

Quand l'homme avec qui vous visitez s'agite, vous le fatiguez: c'est le moment de disparaître. — L'EFFICIENT (Bruxelles).

LA REVISION DES LOIS COMMERCIALES

D'après M. Brinley Taylor, président de l'Institut de la Soie et de la Rayonne, il faudrait, pour assurer l'avenir de l'industrie canadienne des fibres et tissus synthétiques, consolider le marché domestique actuel, ouvrir de nouveaux débouchés à l'étranger et réviser la politique tarifaire et commerciale.

Prenant la parole à l'assemblée annuelle de l'Institut, il a assuré que les compagnies textiles continueraient à faire tout en leur pouvoir pour améliorer les méthodes de production et de présentation afin de mieux servir les débouchés acquis et d'en trouver de nouveaux.

“Toutefois, ajoute-t-il, quelle que soit la mesure de nos efforts pour conserver les marchés actuels et en trouver de nouveaux, l'industrie canadienne des textiles synthétiques, comme nombre d'autres industries canadiennes, est handicapée par des conditions qui échappent totalement à l'action immédiate de ses administrateurs.”

M. Taylor a expliqué que la majorité des difficultés dont souffre l'industrie textile au Canada sont dues aux nombreuses importations qui entrent au pays en vertu d'une loi commerciale “fondée sur l'idée que le Canada est un pays essentiellement agricole, exportateur de vivres et des matières premières à l'étranger et utilisant le revenu de ces exportations pour se procurer les produits manufacturés dont il a besoin”.

“La majorité des Canadiens gagnent aujourd'hui leur vie en travaillant pour les industries manufacturières canadiennes et il est grand temps que nos lois tarifaires soient modifiées en conséquence”.

“Merchandising” et promotion des ventes s’appliquent aussi au commerce de détail

Il fut un temps où l’on accusait les Canadiens d’employer un anglicisme en parlant de la **promotion des ventes**. Il y a de cela une bonne vingtaine d’années. Mais voilà que par un curieux retour des choses, on retrouve notre expression doublée du mot “merchandising” accepté tel quel dans une brochure européenne reproduite dans la revue “Vendre” de Paris. Un extrait de ce texte, par ailleurs extrêmement instructif, nous fera voir le mot et l’expression dans le contexte qui en fournit une explication à retenir :

“La publicité proprement dite ne pouvait s’adresser qu’à une moitié de l’homme. Elle n’y a pas manqué et, de ce fait, la vente se tient solidement par un bout. Faire agir l’autre moitié, rapprocher le client et l’article, le lui mettre sous les yeux, dans les mains, amener à en faire l’emplette, ce n’est déjà plus de la publicité. Il a plu aux Américains d’appeler cela “merchandising”, pourquoi pas ?

“Le tout est de s’entendre. Le mot importe peu si la chose mérite examen.

“Oui, car nous passons alors des ressorts de la pensée à ceux, plus matériels mais non moins réels et puissants, des gestes coutumiers par lesquels se réalise l’achat. C’est l’autre bout qui soutient la vente.

“Dans tout marché, il y a le vendeur et l’acheteur. C’est la publicité qui vend, c’est le “merchandising” qui mécanise l’achat. Conjuguer ces deux forces, utiliser, en somme, tous les moyens dont la conclusion est la vente, telle est la tâche complète d’une organisation qui se propose d’écouler le maximum de marchandises dans le minimum de temps.

“Cette synthèse porte, elle aussi, un nom. C’est ce qu’on appelle la **promotion des ventes**.”

SUR LE FRONT OUVRIER

LES GREVES DE SHAWINIGAN ET GRAND'MÈRE

“Le Monde Ouvrier”, organe officiel de la Fédération du Travail du Québec — secteur le plus ancien, le plus nombreux et le plus représentatif du Mouvement Ouvrier dans la Province — a publié, dans son numéro de septembre dernier, sur les grèves de Shawinigan et Grand’Mère, un article dont les termes énergiques ne sont pas flatteurs pour les promoteurs de ces grèves.

Les ouvriers des moulins de la Consolidated Paper à Shawinigan et à Grand’Mère appartenaient à la Fédération Nationale des Travailleurs de la Pulpe et du Papier, affiliée à la Confédération des Travailleurs Catholiques du Canada.

LES CHEFS DE LA C.T.C.C.

Or, “Le Monde Ouvrier” écrit :

“A Shawinigan qui est le château-fort de la C.T.C.C., les événements ont pris soudainement une tournure dramatique. Les chefs de la C.T.C.C., qui avaient depuis quelque temps sapé l’autorité du président de la Fédération Nationale, ont soudainement assumé le contrôle de la situation et incitèrent les ouvriers à déclarer la grève immédiatement malgré les recommandations de leurs propres officiers d’avoir recours à la conciliation, et cela sans prendre un vote de grève approprié”.

Le grand journal ouvrier accuse donc la C.T.C.C. d’avoir ordonné une grève illégale au moulin de Shawinigan, contre la volonté de sa filiale, la Fédération Nationale, et malgré l’opposition du président de celle-ci.

Mais ce n’est pas tout. Le même journal accuse ensuite la C.T.C.C. d’avoir sacrifié la séniorité des travailleurs, d’avoir, ni plus ni moins, jeté les ouvriers sur le pavé, en les forçant à démissionner comme

206, RUE DU PONT,

Tél.: 4-5257

**LA CIE
F-X. DROLET
QUEBEC**

Fondée en 1875

FABRICANTS D’ASCENSEURS

Atelier de Mécanique Ascenseurs de tous genres
générale.

Forge — Modelage Matériaux d’aqueduc
Soudure Bornes - Fontaines

Fonderie: Acier, Fonte, Treuils (Winches)
Cuivre, Aluminium. Guindeaux.

Cette citation ayant servi à bien préciser les termes que nous allons maintenant employer, voyons comment la promotion des ventes peut contribuer au succès d'un commerce de détail.

La promotion des ventes est affaire d'ingénuité et d'initiative de la part du marchand. L'ensemble des moyens qui concourent à promouvoir les ventes porte, comme le dit si bien l'article de "Vendre", le nom de "merchandising". Voici donc quelques points à ne pas oublier, lorsque, dans une épicerie, par exemple, on désire maintenir à un rythme constant le courant des ventes.

D'abord, on trouvera toujours avantageux d'établir à l'avance un plan de campagne en tenant un agenda ou calendrier des choses à faire. Nous donnons ci-dessous un exemple de la méthode à employer en reproduisant l'agenda des deux premiers mois de l'année. On y trouve la liste des fêtes de chaque mois et des promotions hebdomadaires qui peuvent s'appuyer sur les événements ou les circonstances de ce même mois susceptibles de favoriser la promotion des ventes. Ces listes sont forcément incomplètes et ne sont données ici qu'à titre d'exemple. Il appartient à chaque détaillant, dans sa localité, de mettre à profit les événements locaux et les anniversaires propres à son établissement. Lorsqu'on se sert d'un calendrier des promotions, il va de soi que le programme des achats doit être coordonné de manière à assurer d'avance le stock nécessaire pour répondre à la demande supplémentaire que chaque promotion suscitera.

Janvier. Ecouler tout ce qui reste des marchandises du temps de Noël. Mettre en marche la vente d'avant l'inventaire ou d'écoulement après inventaire. Préparer l'état préliminaire des opérations qui déterminera le budget et l'allure des opérations de l'année. Le 1er janvier et le 6 sont des jours chômés. Les écoles rouvrent le lendemain des Rois. La semaine nationale du tabac a lieu la deuxième semaine de janvier. La semaine nationale de l'épargne commence le 17 janvier. La dernière semaine de janvier est celle du thé. Certains fruits frais commencent à arriver du sud vers la fin du mois.

Février. C'est le mois le plus court de l'année; par conséquent, les ventes doivent être accrues un peu chaque jour afin de compenser pour les jours dont février est amputé. Offrir "à la caisse", aux familles, certaines marchandises en conserves. Avertir la clientèle de se stocker afin de parer aux difficultés de livraison pouvant résulter des tempêtes de neige. Rappeler aux clients qu'ils peuvent recevoir la marchandise à domicile. Pousser les aliments vitaminés — c'est la saison des rhumes. Préparer la campagne de vente du carême. Ne pas oublier la St-Valentin, le 14 fé-

employés de la Compagnie, après toutes leurs années de service.

TOUT OUVRIER BIEN PENSANT :

Voici ce qu'écrit "Le Monde Ouvrier" sur ce point :

"Ce qui est survenu par la suite est inconcevable, les dirigeants de cette organisation, craignant que la Commission des Relations Ouvrières pourrait décertifier le Syndicat pour avoir fomenté une grève illégale, recommandèrent aux ouvriers de démissionner comme employés de la Compagnie. Tout ouvrier bien pensant craignait de prendre une telle mesure, sachant qu'en ce faisant, il perd tous ses droits accumulés. Mais ils l'ont fait".

Le même journal nous montre ensuite l'illogisme de la C.T.C.C., qui fait l'absurde démarche de réclamer la conciliation après qu'elle même a détruit les relations contractuelles et les rapports légaux entre la Compagnie et la Fédération Nationale.

Y A-T-IL PLUS FORT QUE ÇA ?

"Par la suite, ils demandèrent au Ministre du Travail les services d'un officier de conciliation pour régler le litige. Le Ministre fit réponse que puisque les ouvriers avaient donné leur démission, ils n'étaient plus employés de la compagnie par conséquent qu'il n'y avait plus d'employeur et évidemment plus de litige. a-t-il plus fort que ça?"

Voici maintenant de quelle manière la grève à Grand-Mère s'est produite.

MENACES :

"Réalissant probablement qu'à ce moment-là ils ne pouvaient forcer la compagnie pour obtenir aucune concession avec un seul de ses moulins en grève, une importante délégation de Shawinigan envahit une assemblée du Syndicat à Grand-Mère et par leur nombre et leurs menaces brisèrent toute opposition à un arrêt de travail. Aucun vote de grève ne fut pris, ils décidèrent tout simplement d'empêcher les ouvriers de se rendre à leur équipe de nuit. Il était évident dès le début que les ouvriers à Grand-Mère ne voulaient pas faire partie de cette grève, et en-dehors de quelques jours ils reprenaient tous leur

rier. Les asperges fraîches commencent à arriver du sud, etc.

L'agenda de chaque mois peut s'édifier de cette manière pour le reste de l'année. D'une année à l'autre, on trouvera matière à varier le sujet de chaque annonce hebdomadaire et, au besoin, on pourra avoir recours à certains artifices susceptibles de retenir l'attention des clients et de les amener au magasin.

Ainsi, afin de stimuler la vente des articles que les clients apportent en pique-nique, on pourra lancer un concours de photographies prises à ces occasions et offrir des prix pour les meilleures photos. L'annonce de ce concours peut se faire dans le journal local ou par l'intermédiaire des divers organismes sociaux, par exemple aux parcs d'amusement, parties de cartes, réunions diverses. Les autres marchands, entre autres ceux qui vendent des appareils et accessoires photographiques et sportifs peuvent aussi coopérer. On choisira les juges du concours parmi ces derniers et aussi parmi les journalistes ou correspondants de journaux. Toutes les photos soumises pour le concours doivent être soigneusement disposées sur un panneau avec le nom des concurrents, puis installées dans la vitrine de votre établissement.

Un concours de ce genre fait d'une pierre deux coups. Il crée un grand intérêt autour de votre établissement et augmente votre achalandage. De plus, il rappelle aux magasiniers et magasiniers que la saison des piques-niques est arrivée. Il ne peut manquer, par conséquent, d'accélérer vos ventes d'articles que les gens aiment à apporter en pique-nique et aussi d'une foule d'autres marchandises qu'ils se procurent une fois qu'ils ont mis les pieds dans votre magasin.

Le détaillant ne doit jamais oublier qu'il est lui-même le client des manufacturiers et marchands de gros. Ces derniers tiennent à conserver sa clientèle et, à cette fin, ils cherchent par tous les moyens à l'aider parce que plus le détaillant vend, plus les grossistes et fabricants vendent également. L'épicier peut donc recevoir d'eux une foule d'idées pratiques concernant la promotion de ses ventes. De même, les groupements de détaillants indépendants dont le secrétariat est bien organisé offrent à leurs membres les suggestions de toutes sortes qui peuvent être mises à profit afin d'activer les ventes. Le détaillant alerte et désireux d'augmenter son chiffre d'affaires est constamment à l'affût de toute bonne idée pouvant intéresser la clientèle et l'amener à ses comptoirs.

—Louis-A. BELISLE.

Ce qui est vraiment beau, c'est ce qui rend l'homme meilleur.—(Mme de Staël)

Heureuse la beauté que le poète adore.—(Lamartine)

travail, à l'exception de quelques endurcis".

Puis, "Le Monde Ouvrier" qualifie de stupidité sans précédent l'attitude de la C.T.C.C. qui a retourné à la Commission de Relations Ouvrières les certificats de reconnaissance syndicale de la Fédération Nationale.

STUPIDITÉ SANS PRÉCÉDENT:

Lisons le singulier récit de cet épisode navrant:

"La Compagnie porta alors plainte à la Commission de Relations Ouvrières à l'effet que la Fédération Nationale et ses syndicats menaient une grève illégale et refusaient de négocier de bonne foi. La Commission avisa donc les syndicats de cesser et renoncer à la grève et de retourner au travail. En réponse à ceci, les dirigeants de la C.T.C.C., par bravade et par une stupidité sans précédent dans l'histoire du Mouvement Ouvrier, retournèrent à la Commission leur certification en reconnaissance syndicale l'informant qu'elle pouvait le garder.

"La Commission s'est conformée à leur désir et conséquemment la Fédération Nationale n'était plus l'agent négociateur pour les Ouvriers des moulins de la Consolidated à Shawinigan et Grand'Mère."

La décertification, oeuvre de la C.T.C.C., qui avait, à toutes fins pratiques, volontairement ou inconsciemment, rayé de la carte syndicale la Fédération Nationale à Shawinigan et à Grand'Mère, donnait le champ libre aux Fraternités Internationale des Travailleurs de la Pulpe et du Papier, qui avaient déjà, depuis longtemps, des contrats de travail avec la Consolidated Paper à Trois-Rivières et au Cap-de-la-Madeleine.

PLUS JAMAIS CONFIANCE EN LA C.T.C.C.

Et, au sujet de Grand'Mère, "Le Monde Ouvrier" rapporte:

"A la suite de la décertification de la Fédération Nationale, à Grand'Mère, les ouvriers de cet endroit firent appel à la Fraternité Internationale pour les organiser dans "une union qui nous donnera la paix et la sécurité", suivant leurs propres paroles.

La publicité la plus efficace n'est pas celle qui coûte le plus aux détaillants

Vente et Publicité sont deux fonctions du commerce de l'épicerie — en fait de tout commerce de détail — qui ne peuvent aller l'une sans l'autre. On sait que l'annonce n'est autre chose que de la vente par écrit, mais son rôle, en dehors du magasin, consiste à donner plus d'expansion au commerce en y invitant la clientèle tout en fournissant sur les marchandises offertes les renseignements qui en favoriseront l'achat.

La politique relative à l'annonce et aux frais de vente dont elle fait partie, varie selon la nature du commerce et les types de magasins de détail. Dans l'ensemble, toutefois, leurs pourcentages demeurent à peu près constants. Ainsi, un propriétaire de magasin peut se prendre un salaire nominal plus bas afin de montrer un plus fort pourcentage de profit net à la fin de l'année. Ou encore il peut retirer un plus haut salaire, avec le résultat que son profit net sera nominale-ment plus bas. Dans un cas comme dans l'autre, il ne perd rien puisque le salaire et les profits sont quand même à sa disposition. La seule différence qui peut en résulter en est une de pourcentage que son banquier démêlera facilement. De même, il peut décider de payer un loyer plus élevé en raison du grand nombre de personnes qui passent à l'endroit où est situé son établissement, de préférence à un loyer bon marché qui, en raison du lieu moins passant, l'obligerait à dépenser davantage en publicité afin d'attirer la clientèle. Des constatations de ce genre s'appliquent à toutes les statistiques concernant le coût comparatif des dépenses dans tout secteur du commerce de détail.

En analysant les chiffres fournis par 125 magasins de produits alimentaires, faisant par année un chiffre

L'ART et la SCIENCE du VENDEUR

Voici un petit manuel qui rendra de grands services à ceux qui débutent comme vendeurs. Rempli d'anecdotes et de conseils tirés de l'expérience.

Par Marius Beaudoin B.S.A.

Prix \$1.00 franco

BELISLE, ÉDITEUR

4, rue St-Jacques,

QUEBEC

“Le vice-président international Henri Lorrain et quatre organisateurs furent envoyés à Grand'Mère par le président international et le vice-président Burnell en moins de deux semaines une majorité des ouvriers avaient signé des cartes d'adhésion dans la Fraternité Internationale des Travailleurs de la Pulpe et du Sulfite ou dans la Fraternité Internationale des Papetiers.

“Lorsque la Fédération Nationale apprit qu'une majorité des ouvriers à Grand'Mère s'étaient joints aux unions internationales, elle présenta à la Commission des Relations Ouvrières un mandat d'injonction lui interdisant de recevoir ou de procéder à toute requête pour certification, et les choses en sont là présentement. Une chose est certaine cependant, c'est que les ouvriers de Grand'Mère n'auront plus jamais confiance en la C.T.C.C. et la Fédération Nationale des Travailleurs de la Pulpe et du Papier”.

Quant à Shawinigan, le journal nous renseigne en termes indignés sur les choses révoltantes survenues dans cette dernière ville.

DYNAMITAGE ET VANDALISME:

“A Shawinigan, les organisateurs des unions internationales ont réussi à organiser les ouvriers en dépit des dynamitages, des attaques, des actes de vandalisme et des menaces de violence dont les ouvriers ont été victimes depuis le début de la campagne”.

AMÈRE LEÇON:

Et, enfin, arrive la conclusion qui précède certainement à réflexion:

“Les membres de la Fédération Nationale ont appris l'amère leçon que les appels dramatiques supportés par la violence et le manque de respect des lois et de l'autorité sont un bien piètre substitut pour une force économique solide basée sur la so-

affaires moyen de \$20,000 à \$450,000, on se rend compte de l'exactitude de ce que nous venons de dire. Le tableau ci-dessous nous donne les pourcentages moyens que ces chiffres ont permis d'établir. La colonne du centre, qui correspond aux dépenses d'un magasin typique, donne les pourcentages obtenus des établissements dont le chiffre annuel des ventes variait de \$20,000 à \$50,000.

POURCENTAGES COMPARATIFS DES FRAIS D'OPÉRATION DANS LE COMMERCE D'ÉPICERIE

	Moyenne des item du coût des ventes (pourcentage des ventes)		
	Bas	Moyen ou typique	Élevé
Salaires du propriétaire et du personnel.....	7.7	8.0 à 9.0	10.5
oyer.....	1.2	1.3 à 1.7	2.4
nnonce.....	0.5	0.5 à 0.7	1.4
ons.....	0.04	0.05 à 0.1	0.1
profit net.....	2.1	2.4 à 4.1	4.1

Il convient de ne pas interpréter trop à la lettre les chiffres du tableau ci-dessus. En effet, aucun ne s'applique à un magasin en particulier; ces chiffres représentent les extrêmes à partir du plus bas coût des opérations dans un domaine donné jusqu'au plus élevé, les pourcentages moyens s'appliquant à une épicerie moyenne ou typique. Tel que déjà dit, lorsque, par exemple, les salaires sont élevés, il se peut que les profits nets donnent par ailleurs un pourcentage moindre.

Les données qui ont servi à la compilation de ces chiffres permettent de constater qu'en combinant les salaires et le profit net on obtient des pourcentages variant de 10 à 14 pour cent. Dans l'interprétation de statistiques de cette nature, il est prudent de conclure qu'on ne saurait outrepasser les chiffres qui correspondent aux plus hauts pourcentages à moins qu'il y ait ailleurs, dans les frais d'opérations, une diminution correspondante de dépenses.

On observera que les frais de publicité sont relativement peu élevés dans le cas des épiceries qui font le commerce de détail. En effet, celles dont le chiffre d'affaires varie de \$25,000 à \$50,000 par année et dont le pourcentage consacré à l'annonce est en moyenne de 0.6 pour cent, n'ont guère qu'un budget de \$150 à \$300 par année pour cet important item, ce qui, on l'admettra, n'est guère élevé.

Comme le montre notre tableau, les dons sont considérés à part. Les dons constituent en fait une pu-

darité des membres éclairés et dirigés par des hommes sincères et expérimentés".

Tout commentaire en marge de cet article serait superflu. Souhaitons simplement que ce document réussisse à ouvrir les yeux de tous ceux qui, dans certains milieux, persistent à rester aveugles devant des signaux de danger clairement visibles pourtant à l'oeil nu.— NÉMO.

LES TEXTILES DANS LES CANTONS DE L'EST

Près de la moitié de l'industrie textile canadienne est située dans la province de Québec, surtout dans la région connue sous le nom de Canton de l'Est. Si cette région, qui comprend les agglomérations de Sherbrooke, Magog, Granby, St-Hyacinthe, Drummondville, Farnham, East Angus et St-Jean, a son histoire et son économie bien particulières, son nom col-

ISOLATION PROVINCIALE

TÉL.: MO 3-0994

1071, LAFONTAINE

QUÉBEC, 3 P.Q.



ISOLATION DES BATIMENTS

Soufflage par pression

DEMANDEZ-NOUS D'ISOLER VOTRE MAISON. Le moyen sûr d'obtenir le confort. Le tout se paie par lui-même.

Nous possédons de nombreuses lettres de prêtres, de religieux, de professionnels, etc., attestant qu'ils ont économisé au delà de 40% de combustible. Il nous fera plaisir de vous en faire tenir des copies sur demande.

NOTRE APPAREIL PNEUMATIQUE DERNIER MODELE EST UTILISÉ PAR DES HOMMES D'EXPÉRIENCE.

Demandez des renseignements; les estimés sont gratuits.

blicité indirecte. Ils ne sauraient cependant être considérés comme une publicité à effet immédiat. La plupart des programmes dans lesquels on sollicite de "l'annonce" n'ont aucune valeur publicitaire, et l'argent consacré à ces publications doit être débité au compte des dons purs et simples et non au compte de publicité. Nous aurons d'ailleurs l'occasion de revenir sur les moyens de contrôler le rendement des divers organes publicitaires.

Certains détaillants maintiennent bas leur budget de publicité à dessein, du fait que leur loyer coûte cher et qu'une partie de ce dernier pourrait, en réalité, être débité au compte d'annonce; le grand nombre de personnes qui passent à l'endroit où est situé leur établissement les dispense d'adopter une politique d'attaque en vue d'amener la clientèle à leurs comptoirs. Nous reparlerons également de cet aspect particulier de l'annonce dans un prochain article.

Dans certains cas, il arrive que les dépenses soient insuffisantes pour donner les résultats désirés; tout dépend des circonstances. Ainsi, il sera sage parfois d'augmenter les sommes consacrées aux importants item que sont la publicité et l'aménagement des étalages intérieurs, considérés à juste titre comme l'aliment le plus propre à stimuler les ventes. En revanche, un personnel vendeur bien stylé, et qui sera naturellement payé plus cher, compensera par ses méthodes persuasives les faibles sommes spécifiquement consacrées à l'annonce visant à stimuler les ventes et à faire connaître l'établissement.

Avant de porter un jugement définitif sur les pourcentages généralement faibles que le commerce d'épicerie consacre à l'annonce, il convient de passer en revue quelques-uns des autres moyens dont ce commerce dispose afin d'activer ses affaires. L'annonce dite "nationale" que font les manufacturiers de produits alimentaires vise tout particulièrement à favoriser l'écoulement de leurs marques chez l'épicier. Toute la publicité de ce genre est préparée par des spécialistes dont les efforts convergent uniquement vers la réalisation d'une rotation rapide de la marchandise chez le détaillant. Les grands manufacturiers savent qu'il y va de leur intérêt de promouvoir la vente de leurs produits de façon continue et en imposant au détaillant le minimum d'efforts. Grâce à cette publicité, le client est convaincu d'avance et il sait ce qu'il lui faut dès qu'il met les pieds chez le détaillant.

Les sommes élevées que les fabricants consacrent à l'annonce des produits alimentaires sont compensées par les frais de vente moindres du détaillant. En fait, le manufacturier fait connaître au grand public, par l'annonce de ses marques, la marchandise dont les détaillants sont les distributeurs. Les frais de pu-

lectif n'a aucun caractère officiel, car l'entité qu'il sert à désigner se distingue du reste de la province bien plus par ses intérêts économiques et culturels qu'en vertu de divisions administratives.

Les Cantons de l'Est jouissent peut-être d'un équilibre économique sans égal dans aucune autre région du Canada. Ses 600,000 acres sont parmi les plus fertiles de l'Est du Canada et, surtout depuis 1911, ses nombreuses villes, desservies par de grands réseaux de lignes de transmission électrique, de routes et de chemins de fer, s'industrialisent de plus en plus. Le triangle formé par la frontière de la Nouvelle-Angleterre et le fleuve St-Laurent est une des régions d'Amérique du Nord les plus propices au développement d'une industrie diversifiée, dans l'atmosphère des petites villes et des campagnes, la plus favorable à l'épanouissement de la vie familiale et communale au milieu du progrès industriel.

L'industrie textile est à la base de la vie économique de la région. A Sherbrooke, "capitale" des Cantons de l'Est, six des dix industries manufacturières emploient plus de 300 personnes des deux sexes dans des usines textiles. Sherbrooke compte environ 50,000 âmes et l'industrie textile y fournit directement du travail à environ 4,000 personnes. Vient en second lieu l'industrie du fer et de l'acier, qui emploie 1,500 personnes.

A Drummondville, ville de 16,000 âmes qui est le centre d'une région agricole considérablement peuplée, les plus grandes usines font partie de l'industrie textile. Ici qu'on y trouve trois fabriques de produits du papier, une usine à caoutchouc, une manufacture de crayons, une usine de travail sur métaux, plusieurs ateliers de menuiserie et une fabrique de produits laitiers, c'est encore l'industrie textile qui est à la base de l'économie de la ville et de sa région.

Presque toute la population de la charmante petite ville de Magog — 12,000 âmes — tire son revenu de l'industrie textile qui emploie un total de 2,000 hommes et femmes, de la région. Dans les autres centres tels Granby, St-Jean et St-Hyacinthe on trouve une variété d'industries florissantes, mais bien que certaines d'entre elles soient plus importantes que n'importe

licité des fabricants, exprimés en pourcentages des ventes qu'ils font aux détaillants, varient beaucoup selon la nature des produits. Ainsi, le sucre de canne et de betterave n'a besoin que de 0.2 pour cent d'annonce; les viandes préparées 0.5 pour cent; le lait et les produits laitiers environ 1 pour cent; les fruits et légumes en conserve, 2 pour cent et plus; le pain et les pâtisseries, ainsi que les biscuits et la farine, environ 4 à 5 pour cent. Certains produits coûtent assez cher aux manufacturiers en annonce, notamment les confiseries: 6 pour cent; les céréales en paquets, environ 8 pour cent; les spécialités alimentaires, autour de 9 à 10 pour cent. On estime qu'il en coûte environ un tiers de cent par douzaine pour favoriser la vente des oranges: 1/2c. la boîte pour les conserves et un peu plus de 1/2c. le paquet pour les cigarettes.

L'argent consacré à la publicité profite au détaillant autant qu'à la ménagère qui utilise les produits alimentaires. Celle-ci reçoit ses marchandises proprement emballées pour convenir à ses besoins; et le détaillant est dispensé du pesage et des manipulations ennuyeuses — ce qui économise du temps, stimule la vente rapide et active les affaires.

—Louis-A. BELISLE.

A Berlin, premiers essais d'une boîte à lettres automatique. Processus: Introduire l'envoi dans la machine avec la somme nécessaire à l'affranchissement. Celui-ci s'effectue automatiquement, puis une bande transporte les objets vers l'intérieur du bureau postal où s'effectuent triage et expédition. Le public a quelque peu boudé ce robot, dont les recettes journalières atteignent à peine \$8.00 par jour. L'expérience sera pourtant continuée.

L'armée américaine vient d'être dotée d'un camion entièrement construit en aluminium (châssis, roues, essieux, etc.). Le nouveau modèle ne pèse plus que 4.5 tonnes au lieu de 7.5 tonnes. Ce camion est destiné principalement à l'équipement des troupes aéroportées. Malgré son poids réduit, il peut transporter la même charge que le modèle standard.

Des médecins américains ont publié les résultats d'intéressantes expériences sur les propriétés de substances analogues aux vitamines, qu'ils appellent «bioflavonoïde» et que l'on trouve notamment dans la pelure des oranges et des citrons. Ces substances agiraient très efficacement sur les processus inflammatoires tels que la grippe et le rhume commun.

La Marine des Etats-Unis a résolu un problème qui résoudra bien des canonnières: le chromage de l'âme des canons pour la préserver de la rouille. Ce procédé s'appliquerait également avec succès pour le chromage d'autres objets tels que outils, vélos, matériel de jardinage, etc.

quelle usine de textiles prise individuellement, il ne fait aucun doute que dans l'ensemble des Cantons de l'Est, l'industrie textile demeure la plus importante.

Il est donc bien naturel que le ralentissement dont souffre le textile canadien se reflète sur la prospérité des Cantons de l'Est. Les effets du chômage et de la réduction des heures de travail ont toutefois pu être amortis jusqu'à un certain point par l'assurance-chômage et par les efforts des usines textiles pour assurer au plus grand nombre de travailleurs possible au moins une partie de leur revenu hebdomadaire normal. Il est évident que cette situation, causée presque uniquement par l'invasion du marché domestique par les textiles étrangers, ne peut durer indéfiniment. Il y a danger qu'elle s'aggrave au point de causer un tort irréparable à une région qui pourrait être une des plus prospères du pays.

QUE PRÉFÉREZ-VOUS:

LE TEMPS OU L'ARGENT?

Si l'on vous demandait, un jour, de choisir entre la faculté d'avoir plus d'argent que vous ne pouvez en dépenser, ou plus de temps que vous ne pouvez en employer, vous seriez probablement bien embarrassé pour répondre.

Cela provient du fait que ceux qui bénéficient de l'une ou l'autre de ces situations sont généralement les gens les moins heureux que l'on connaisse.

Ce n'est pas un crime d'avoir plus d'argent ou plus de loisirs qu'il n'en faut, mais si vous n'avez pas, durant votre vie, trouvé le moyen d'utiliser ces excédents, c'est alors que vous êtes sur une mauvaise voie.

Si vraiment la fortune dont vous disposez, les précieux instants que vous laissez passer ne peuvent plus rien pour vous, cherchez ce que vous pourriez faire pour d'autres. Leurs besoins sont sans limites, vous verrez! — L'EFFICIENCE, (Bruxelles).

Sur le Front Ouvrier

La grève illégale n'a pas sa raison d'être

Tout le monde est d'accord pour reconnaître que la grève constitue un état de choses tellement lourd de conséquences qu'il ne faut pas y avoir recours à la légère.

En effet, la grève signifie l'arrêt de travail de la main-d'œuvre et la suspension de la production.

Par suite de la grève, surtout si elle se prolonge, l'ouvrier se voit privé du gagne-pain de sa famille durant de longues semaines. Les secours de grève, même s'ils sont généreux, compensent à peine pour la perte du salaire.

D'autre part, le patron perd non seulement son profit, à cause de la grève, mais, aussi, très souvent, ce qui est plus sérieux, sa clientèle.

On a vu parfois toute une ville souffrir de chômage et subir la misère comme résultat d'une grève interminable dans ses principales industries.

La grève qui dure plusieurs semaines affecte non seulement les parties en présence, à savoir le patron et ses ouvriers, mais aussi la famille des grévistes, les marchands, et, parfois, le public, qui se trouve privé d'un produit utile, ou même nécessaire.

La grève signifie une perturbation tellement redoutable que, dans certains secteurs de l'activité économique ou sociale, elle est absolument prohibée ou complètement interdite.

A titre d'exemple, les employés d'hôpitaux, les institutrices et institutrices, les préposés aux services publics, les employés civils ou civiques, n'ont pas le droit de recourir à la grève. Et la raison d'être de cette défense se démontre aisément.

On conçoit difficilement en effet un policier ou un pompier en grève. La vie et la propriété des citoyens

dépendent de l'accomplissement des fonctions de ces serviteurs publics, qui ne doivent abandonner leur tâche en aucune circonstance.

On n'imagine pas facilement non plus les malades dépourvus de soins dans les hôpitaux et les enfants privés d'éducation dans les écoles.

On ne peut non plus admettre que les préposés à l'éclairage, au transport, à la sanitation, puissent arrêter leur travail.

Il y a donc tout un domaine où le droit de grève doit être restreint dans l'intérêt public.

D'une manière générale, le droit de grève existe.

Mais, parce que la grève veut dire la lutte ouverte, la guerre déclarée, l'état de siège, sur le terrain économique, entre employeurs et employés, l'emploi de la grève doit être contrôlé et réglementé.

Dans tous les pays civilisés, une législation particulière s'applique à l'utilisation de la grève.

Chez nous en particulier, l'entrée en grève doit être précédée

de la négociation, de la conciliation, et de l'arbitrage.

En premier lieu, le patron et les employés se rencontrent pour discuter de la conclusion d'un contrat de travail, fixant les salaires, limitant les heures, et établissant les autres conditions de travail.

Si la négociation ne réussit pas, un conciliateur du Ministère du Travail est aussitôt chargé de convoquer les parties concernées dans le but de les amener à effectuer une entente à l'amiable.

Au cas où la conciliation échoue, le conflit est référé à l'arbitrage.

Le syndicat ouvrier et le patron désignent chacun leur représentant sur le conseil d'arbitrage. Si les deux représentants ne s'entendent pas sur le choix du président, celui-ci est désigné par le ministre du Travail.

Quatorze jours après le prononcé de la sentence arbitrale, la grève devient légale.

Il ne faudrait pas croire que la négociation, la conciliation et l'arbitrage ne produisent pas de résultats.

En fait, la majorité des contrats de travail sont le fruit de la négociation.

L'an dernier, sur 717 contrats de travail, 606 résultèrent de la négociation, soit: une proportion de 85%; 82 contrats découlaient de la conciliation, soit: une proportion de 11%; 29 contrats résultèrent de l'arbitrage, soit: une proportion de 4%.

L'an dernier toujours, on conclut 1,387 contrats de travail en vigueur, dans Québec, pour un total de 206,788 salariés.

D'autre part, on releva 96 opérations, dans Québec, 96 de

MARION & MARION

BREVETS D'INVENTION
MARQUES de COMMERCE
DESSINS de FABRIQUE
en tous pays

RAYMOND A. ROBIC, T.D., F.P.I.C.,

J.-ALFRED BASTIEN F.P.I.C.,

J.-O. BAIL

PIERRE L'ESPÉRANCE, B.A. ING. P.

Tél. LA-2152 et LA-2153

1510, Drummond
Suite 660

Boîte postale 368 Station H
MONTRÉAL 25,

de travail protégeant 225,681 salariés.

Or, en regard de ce nombre de contrats et de décrets, et de ce chiffre de salariés, il s'est produit, durant la même période, 22 grèves, affectant 8,600 ouvriers.

D'un côté, par conséquent, 1,483 contrats ou décrets de travail, couvrant ou protégeant 433,469 salariés. Et, de l'autre côté, 22 grèves et 8,600 grévistes.

Il résulte de l'examen de ces chiffres que la majeure partie des contrats de travail sont la conséquence de la négociation, de la conciliation et de l'arbitrage.

La conclusion qui se dégage est assurément que les syndicats ouvriers, d'une façon générale, n'ont pas besoin de recourir à la grève pour obtenir la conclusion d'un contrat de travail satisfaisant.

Dans ces circonstances, on est fondé à se demander si la grève illégale apparaît le moins justifiée au double point de vue économique et social. Et la réponse à cette question est nécessairement négative.

Or, si la grève illégale ne possède pas d'excuse économique ou sociale, il s'ensuit qu'elle constitue purement et simplement une manifestation politique destinée, d'une part, à activer la lutte des classes, et dirigée, d'autre part, contre les autorités publiques qu'on veut discréditer aux yeux des masses ouvrières.

L'emploi de la grève comme arme politique en vue d'ébranler ou renverser les pouvoirs publics fait partie de la stratégie et des tactiques familières aux éléments révolutionnaire* des pays européens.

Il ne faudrait pas que chez nous la grève illégale serve aux mêmes fins.

Il est grandement temps que ces vérités premières soient rappelées et proclamées. Il est tellement triste de voir une classe ouvrière honnête, laborieuse et loyale

conduite à sa perte par de pseudo-chefs ouvriers plus occupés de leurs intérêts politiques que préoccupés des intérêts économiques du Mouvement Ouvrier dont ils ont assumé, et peut-être usurpé, la direction, sous de fausses représentations.

PENSÉES

Les hommes et les femmes sont tous embarqués sur le même navire sur une mer déchaînée. Nous devons de ce fait être les uns vis-à-vis des autres loyaux et fidèles.—G.K. Chesterton)

Hâtons-nous: le temps fuit, et nous traîne avec soi:

Le moment où je parle est déjà loin de moi.—(Boileau)

Beaucoup de richesses apprennent au riche combien le cercle de ses plaisirs est étroit.

—(Young)

N'oubliez jamais ce qu'un homme vous dit lorsqu'il est en colère.

—(Henry Ward Beecher)

Téléphone: 2-2388

Louis Lavoie

NOTAIRE

136, Boul. Langelier

(Édifice Chenor Ch. 4)

QUÉBEC.

— **Ne te permets rien dans la colère.**—(Sénèque)

— **L'homme prudent évite les occasions de se mettre en colère.**—(Ovide)

— **Lorsqu'on est porté à la colère, il faut en observer attentivement les effets sur ceux qui se livrent à la même passion.**

—(Plutarque)

— **La conscience, c'est Dieu présent dans l'homme.**

—(V. Hugo)

— **La conscience parle; mais l'intérêt crie.**—(J. Petit-Senn)

— **La conscience, c'est la meilleure de toutes les logiques.**

—(Claude Tillier)

— **Va où tu voudras, tu y trouveras ta conscience.**

—(Diderot)

— **La conscience, c'est le poulx de la raison.**—(Coleridge)

— **Aujourd'hui, une conscience c'est comme les gants de Suède, ça se porte sale.**

—(Frs Coppée)

— **Une bonne conscience vaut mille épées.**—(Shakespeare)

— **Il n'y a point d'accommodement avec la conscience.**

—(Saint-Simon)

— **Il n'est jamais résulté de mal d'un bon conseil.**

— **Conseil sans assistance est un corps sans âme.**

— **On aime toujours ceux qui nous donnent des conseils qui nous plaisent, des conseils qu'on se serait donnés à soi-même.**—(Édouard Drumont)

— **Demandez toujours conseil à un homme sage.**—(Tobie)

Deux événements significatifs pour le progrès de la Ville de Québec et du Bas St-Laurent

TOUS les item inscrits au referendum récemment soumis aux contribuables de Québec ont été acceptés et votés par une majorité substantielle. Cet endossement est tout à l'honneur des citoyens de la Vieille Capitale qui ont ainsi fait jontre d'un civisme éclairé. Son Honneur le Maire Wilfrid Hamel et son conseil ont su exposer avec tact l'urgente nécessité des dépenses qu'ils ont mises au programme et les contribuables propriétaires ont parfaitement saisi ce point de vue.

Une ville comme Québec, dont l'expansion s'accomplit à un rythme pour ainsi dire explosif, ne peut demeurer stationnaire devant la poussée de sa population, des affaires et de la modernisation. Comme les autres administrations, elle subit les effets de l'inflation et de l'invasion universelle des véhicules-moteur qui, en décuplant le chiffre des dépenses, exercent sur les finances municipales une influence de plus en plus défavorable.

En effet, comme je l'ai déjà souligné ici même, les villes doivent construire et entretenir les rues, les élargir, les redresser et les pourvoir de signaux lumineux en vue de favoriser la circulation des automobiles et camions. Elles doivent de plus maintenir sur pied une puissante escouade policière afin de prévenir embouteillages et accidents; installer des parcomètres; prévoir des parcs et lisières de stationnement; accélérer l'enlèvement de la neige et l'entretien des artères en hiver; enfin encourir de multiples dépenses dont l'unique cause est la circulation automobile. Tout cela coûte très cher. Mais, que voulez-vous? C'est le progrès, c'est la rançon de la prospérité et d'une ère d'épanouissement économique sans précédent dans notre histoire, dont s'étonnent à bon droit les visiteurs qui nous arrivent de l'étranger. Il n'y a donc pas à s'en plaindre.

Cependant on n'insistera jamais trop sur l'injustice dont les municipalités ont à souffrir en ne recevant pas assez des revenus dont l'automobile est la source pour les pouvoirs publics. Ces revenus proviennent des licences et de la consommation de l'essence. Une partie raisonnable des taxes perçues de ces deux sources devrait être versée aux municipalités afin de les aider à boucler leur budget.

En attendant que l'on comprenne en haut lieu l'importance de cette assistance et que les députés des centres urbains fassent leur part à ce sujet dans l'intérêt des contribuables qu'ils représentent, il convient de féliciter les Québécois d'avoir compris que leur ville ne peut s'administrer et progresser sans qu'il en coûte quelque chose. La majorité en nombre et en valeur de ceux qui ont voté s'est prononcée en faveur du référendum; les deux tiers des voteurs inscrits qui n'ont pas jugé opportun d'exercer

CARTE DU CANADA EN RELIEF

La compagnie Canadian Aero Service Limited d'Ottawa vient de publier une nouvelle carte en relief du Canada pour l'utilité des bureaux d'affaires, des résidences privées et des écoles. Cette carte offre une vue à vol d'oiseau de tout le Canada, y compris la région arctique. "Vous voyez les reliefs et les nuances du sol canadien de la même façon que si vous étiez en avion", dit M. Thomas M. O'Malley, président de la compagnie de cartographie aérienne et d'exploration qui a réalisé cette carte.

La carte mesure 49 pouces par 45 pouces. Elle est imprimée sur du plastique Vynil en couleurs naturelles très vives — un bleu glacial pour les régions couvertes de neige et de glace, un vert foncé pour les régions du nord, et un jaune rougeâtre pour les terrains cultivés. On y voit aussi une profusion de détails, comme les aéroports, les routes et les chemins de fer, les cités et les villes, les parcs nationaux historiques et d'autres indications topographiques. Une fois imprimée, la lourde feuille de plastique est soumise à une presse chauffée de façon à ce que la carte laisse voir tous les accidents du terrain — les montagnes, les vallées et les cours d'eau — d'un relief prononcé. Le mont Logan, par exemple, présente une saillie de près d'un pouce sur la carte. Vous pouvez y retracer les montagnes et les vallées du bout de vos doigts.

La carte est à l'échelle de 75 milles à un pouce, soit une proportion de 1/4,752,000^eme. (La distance d'Ottawa à Vancouver mesure 29½ pouces). L'amplification verticale (propre à toutes les maquettes, pour mettre en valeur les configurations du terrain) est de 20 pour 1.

Plusieurs manuels de géographie sont plus lourds que cette carte qui pèse tout juste 2 livres. Une maquette ordinaire de plâtre massif mesurant 49 pouces par 45 pouces pèserait environ 200 livres. Ces

leur droit de suffrage ont donné leur acquiescement tacite aux dépenses proposées et c'est très bien ainsi.

A propos des abstentions, on a souligné qu'en fait, le référendum avait été approuvé par environ 20 pour cent seulement des personnes inscrites au rôle de votation. En dehors de ceux qui n'ont pu venir se prononcer et des autres qui étaient en faveur et n'ont pas voté, il y a les indifférents. C'est une catégorie de contribuables qui, en politique municipale comme en politique provinciale ou fédérale, veulent se désintéresser de la "politique" et qui s'en vantent. C'est évidemment faire preuve d'un sens civique d'un effort peu développé. Certes, la politique coûte aux contribuables beaucoup plus qu'elle ne leur rapporte de façon tangible et directe, et aucun des partis politiques ne semble répondre aux aspirations d'une forte proportion de la population. Mais là comme ailleurs, il se produit une évolution qui vaut mieux que toute révolution. Et comme il faut juger l'arbre à ses fruits, il est nettement visible que notre système, si déficient qu'il paraisse à nombre de contribuables, est encore celui qui a permis les plus foudroyants progrès. Les pays d'Amérique, grâce au système démocratique, ont franchi en 300 ans des étapes que le vieux monde n'avait pu vaincre en 4,000 ans. Bien que la politique ne soit pas l'unique cause de cette transformation, le fait mérite d'être constamment dit et répété. Et lorsqu'on compare notre train de vie avec celui de la plupart des autres pays du monde, on se rend nettement compte que nous vivons en général comme des seigneurs, que la vie est relativement facile pour quiconque veut apprendre et travailler, et que notre régime, en favorisant l'initiative et la libre entreprise, est encore ce qu'il y a de mieux au monde. La politique n'est donc pas si mauvaise que d'aucuns le prétendent chez nous et son travail ne se limite donc pas non plus à celui d'une agence de placement. Elle coûte cher, mais comme tout bon produit, elle vaut à peu près ce qu'elle coûte. J'aurai d'ailleurs l'occasion de revenir avant longtemps sur certains aspects sociaux de la politique actuelle et du rôle véritable de la taxation.

On sait l'importance de l'industrie de la pulpe et du papier au Canada. Notre province occupe dans ce domaine un rang de toute première importance qui semble devoir s'amplifier encore à la lumière d'événements qu'il importe de mettre en évidence dès aujourd'hui.

Plusieurs comtés du Bas-St-Laurent, naguère grands fournisseurs de bois de sciage, commencent à souffrir du dépeuplement des forêts en bois utilisable pour fins de construction, et les scieries doivent fermer leurs portes ou se rapprocher des forêts de haute futaie. Pendant qu'il en est encore temps pour certains territoires, pourquoi ne songe-t-on pas à mettre la rotation à l'ordre du jour, dans l'exploitation forestière, comme on l'a fait pour les exploitations agricoles? Selon la latitude et les méthodes d'exploitation, une forêt prend de 30 à 90 ans pour produire du bois "marchand" de pulpe ou de sciage. En

maquettes sont dispendieuses car les écritures et la coloration doivent y être faites à la main. Le plastique Vinylite dont la carte est fabriquée est résistant et pourra durer des années; sa surface est recouverte d'un enduit de plastique, une fois qu'elle a été imprimée, afin de protéger l'encre. Les dernières révisions de la carte ont été faites à la dernière minute avant son impression pour qu'elle soit absolument à date. Il a fallu plus d'un an pour confectonner cette carte et son moule à relief.

Quelques-unes des indications topographiques viennent des photos aériennes du nord canadien prises selon le système Shoran par la compagnie Canadian Aero et sa compagnie affiliée, la Spartan Air Services Limited, pour l'Effectif des Relevés militaires. Des photos aériennes d'autres régions prises à haute altitude par Spartan ont aussi été employées.

Spartan, qui possède la flotte aérienne de photographie la plus considérable au Canada, a photographié environ 1,500,000 milles du pays depuis 1947; en collaboration avec la Canadian Aero, elle a fait des cartes topographiques pour des compagnies d'huile, de mines et de bois de construction, aussi bien que pour des agences de cités, de villes et du gouvernement.

La Canadian Aero a dressé des cartes sur une distance de plus d'un demi million de milles à l'aide du magnétomètre transporté par avion et avec d'autres instruments nouveaux pour exploration géophysique au cours des cinq dernières années. On se sert de ces cartes pour activer les grandes recherches d'huile, de fer, d'amiante, de titane et d'uranium. Le personnel de la compagnie est actuellement à l'oeuvre dans l'Orient moyen et en Australie, et de nouvelles explorations ont débuté cet été en Angleterre.

La carte en relief du Canada coûte \$45.00, livrée franco à Ottawa, et on peut l'acheter à la Canadian Aero Service Limited, Ottawa 4, ou (dans un avenir prochain) dans les magasins locaux.

faisant une coupe rationnelle, on peut accélérer cette rotation. Une exploitation qui utilise chaque année 1/30e ou 1/90e de ses réserves peut donc durer indéfiniment, dès qu'on applique ce principe.

Quant aux territoires qui ne peuvent produire que de la pulpe, ils peuvent tirer parti de la demande toujours croissante qui existe pour ce produit en y installant des usines de pulpe mécanique ou chimique. La pulpe sert non seulement à fabriquer le papier — mais la cellophane, la rayonne et une foule d'autres produits de grande consommation en tirent leur substance première.

A ce point de vue, un événement significatif vient de se produire. En effet, la firme Donohue Brothers, de Québec, s'est récemment portée acquéreur des limites Plourde, du comté de Kamouraska. On se propose de fabriquer éventuellement à St-Pacôme de la pulpe chimique, qui sera transportée, via la Rivière-Ouelle, à l'usine que possède cette entreprise à la Malbaie, sur la rive opposée du St-Laurent. On a là une solution prometteuse au problème angoissant de la fermeture des scieries qui donnaient naguère du travail à des milliers d'ouvriers dans la région du Bas du Fleuve. Rationnellement exploitées, les anciennes limites à bois de sciage pourraient encore fournir pendant des siècles le bois nécessaire à alimenter plusieurs pulperies de moyenne importance. Toutes les rivières qui servaient autrefois à la drave du bois de sciage peuvent donner asile, à un point quelconque de leur parcours, à de nouvelles industries de la pulpe. En fabriquant sur place la pulpe et, peut-être plus tard, quelques-uns des produits qui en dérivent, on ranimera l'activité industrielle de cette région et, en retenant chez elle la population rurale, on contribuera à décongestionner les grandes villes.

La décentralisation de l'industrie s'impose de plus en plus. C'est en cherchant à produire et à finir le plus près de la matière première les articles de consommation dont elle est la base, qu'on gardera à l'intérieur de nos frontières notre argent, notre main-d'œuvre et une plus grande prospérité.— **Louis-A. BELISLE.**

Quel allèchement que de mettre d'accord la beauté morale et la beauté physique.—(Honoré de Balzac)

La beauté et la chasteté sont toujours en querelle.—(Proverbe Espagnol)

La beauté est une visiteuse que tout le monde accueille avec empressement.—(Goethe)

Quand la suprême beauté n'a-t-elle pas éteint un sentiment vil?—(Pétrarque)

La beauté se passe d'ajustement.—(Boiste)

Rien ne fait tant de bien que de faire du bien.—(Legouvé)

UN MONUMENT HONORERA LA MÉMOIRE DE ROBERT GIFFARD SEIGNEUR DE BEAUPORT

Un monument érigé à la mémoire de Robert Giffard, Seigneur de Beauport, a été dévoilé le 14 octobre à Giffard, centre de la province de Québec d'une population de 8,497 âmes et dont les premiers habitants s'étaient établis sur la Seigneurie concédée à Giffard en 1634.

Le monument, une pierre à laquelle on a apposé une plaque commémorative, a été érigé dans un petit parc près de l'hôtel de ville de Giffard, par le ministre du Nord canadien et des Ressources nationales sur la recommandation de la Commission des lieux et monuments historiques du Canada. Madame Reine Malouin, vice-présidente de la Société historique de Québec a prononcé l'allocution de circonstance lors de la cérémonie du dévoilement. L'honorable Fabre-Surveyer, représentant du Québec au sein de la Commission des lieux et monuments historiques, agissait au nom de cette dernière et en celui du ministre du Nord canadien et des Ressources nationales.

Giffard qui était chirurgien, médecin et apothicaire, établit une colonie agricole florissante sur la Seigneurie qui lui avait été concédée. Avec ses colons, il établit sur une étendue de terre sise entre le Saint-Laurent et la rivière Saint-Charles, la Seigneurie où l'on s'est adonné à l'agriculture sur une échelle quelque peu importante en Nouvelle-France.

Le Seigneur de Beauport était membre du Conseil de Québec et il fut anobli par Louis XIV en reconnaissance de ses services. Lorsqu'il mourut en 1668, sa colonie était bien établie et prospère.

La difformité du corps n'enlaidit point une belle âme, mais la beauté de l'âme se reflète dans le corps.—(Sénèque)

Notre plan d'apprentissage

Extrait d'une causerie prononcée par M. Francis Boudreau, député de St-Sauveur, au récent congrès du Conseil Provincial des Commissions d'Apprentissage des Métiers du Bâtiment.

Conférencier invité en cette circonstance, monsieur Boudreau a traité de notre Régime de la Convention Collective et de notre Système d'Apprentissage dans Québec.

Nous avons publié les principaux passages de la conférence de monsieur Boudreau ayant trait à notre Régime des Décrets.

Nous publions cette fois les principales remarques de monsieur Boudreau sur le sujet de notre Système d'Apprentissage.

La conférence de monsieur Boudreau valait certes la peine d'être publiée en entier dans "Les Affaires".

Il existe une réalisation dont notre Province est spécialement fière: il s'agit de notre Plan d'Apprentissage.

Durant les années de crise, et pendant les années de guerre, l'apprentissage, dans tous les domaines, et principalement dans les métiers du bâtiment, avait ralenti, quand il ne s'était pas complètement arrêté.

Une fois la guerre terminée, l'industrie de la construction se voyait aux prises avec un vaste programme de travaux qu'elle ne pouvait pas entreprendre à cause de la pénurie de main-d'œuvre. Les contrats étaient rares dans les tiroirs et les chantiers restaient déserts, parce que l'industrie ne possédait pas la main-d'œuvre qualifiée nécessaire pour répondre aux immenses besoins de la construction d'après-guerre.

Le Ministre du Travail, l'honorable Antonio Barrette, mis au courant de cette alarmante situation, décida d'y apporter un remède aussi rapide qu'efficace. A cette fin, il convoqua, à peine assemblé, à l'automne 1944, les représentants des associations patronales et des syndicats ouvriers dans l'industrie de la construction.

Les écoles techniques pouvaient bien former des apprentis dans les métiers du bâtiment, mais leur accès demeurait réservé aux seuls élèves possédant un certificat ou diplôme.

L'honorable Barrette imagina, de concert avec l'industrie et la main-d'œuvre, une formule, qui porte aujourd'hui son nom, grâce à laquelle l'apprentissage, dans les métiers du bâtiment, serait simplifié et accéléré, de façon à répondre sans tarder au pressant besoin d'artisans qualifiés dans l'industrie de la construction.

Dès le début de la session de 1945, la Loi de l'Aide à l'Apprentissage était adoptée, et elle entra en vigueur à la fin de mai 1945.

Cette Loi prévoyait l'établissement de commissions d'apprentissage, formées en nombre égal de représentants patronaux et ouvriers — délégués

des associations et syndicats dans l'industrie concernée — pour la promotion de l'apprentissage sur les divers points du territoire de la Province.

Les associations patronales, les syndicats ouvriers, ou encore les comités paritaires, pouvaient, par requête au Gouvernement, demander la formation d'une commission, sur la recommandation du Ministre du Travail, par arrêté-en-conseil.

Cette commission, une fois sur pied, ouvrait un centre d'apprentissage pour la formation d'apprentis dans les métiers de l'industrie dont il s'agissait.

Le premier centre d'apprentissage, créé en vertu de la nouvelle Loi, le fut à Montréal, pour les métiers du bâtiment, et il ouvrit ses portes dès novembre 1945; c'est-à-dire moins de six mois après la mise en vigueur de la Loi. Au début, ce centre était situé dans un spacieux édifice mis à sa disposition, sur l'avenue Laurier, à Montréal, par le Gouvernement de Québec.

Actuellement, la Commission de Montréal est en train de construire, en face de l'ancien centre, sur la même rue, un nouveau centre, qui sera l'École d'Apprentissage des métiers du Bâtiment le plus moderne, la plus grande, la plus belle, la plus attrayante du monde entier. Ce sont les étrangers qui le disent.

Ce centre de Montréal accueillait gratuitement tous les jeunes, quelle que fut leur instruction, ayant des aptitudes manuelles visibles et des dispositions naturelles évidentes pour l'exercice d'un des métiers du bâtiment.

Le centre de Montréal eut tôt fait de produire les résultats recherchés.

En effet, après quelques mois, le centre était déjà en mesure de fournir aux entrepreneurs de Montréal de nombreux apprentis dans plusieurs métiers.

L'inquiétante situation qui paralysait l'essor de la construction fut corrigée. Et, chaque année depuis, dans la Métropole du Canada, de nouveaux

contingents d'apprentis, dans les différents métiers, sont placés à la disposition de l'industrie de la construction, selon ses besoins, grâce au centre d'apprentissage de l'avenue Laurier à Montréal.

Les cours des centres d'apprentissage, pour les métiers du bâtiment, sont offerts aussi aux compagnons le soir.

On aura une idée des progrès accomplis en vertu de notre Plan d'Apprentissage si on observe que 88 apprentis et compagnons ont fréquenté le centre de Montréal, la première année, en 1945-46, à comparer avec 1,568 apprentis et compagnons, l'an dernier, en 1953-54; soit: 1,500 de plus aujourd'hui qu'au tout début.

Le centre de Montréal devait constituer le premier chaînon d'un réseau qui couvre maintenant toute la Province de ses mailles protectrices.

Durant la seule année 1946, des centres étaient ouverts à Sherbrooke, Chicoutimi et Hull, pour les métiers du bâtiment. En 1947, ce fut le tour de Joliette; et, en 1952, la Vieille Capitale avait elle aussi son centre.

Dans les seuls métiers du bâtiment, les 6 centres de la Province ont formé ou perfectionné ensemble 15,000 apprentis et compagnons depuis leur ouverture respective.

Semblable apprentissage s'effectue aussi dans les métiers de l'imprimerie, de la coiffure, de l'automobile et de la chaussure. Les centres consacrés à l'apprentissage de ces métiers ont formé ou perfectionné, depuis leur fondation, c'est-à-dire en moins de dix ans, 10,000 apprentis et compagnons. L'École de la Chaussure de Montréal ne possède sa pareille nulle part. C'est une institution absolument unique en son genre, et qui fait l'envie, non seulement du reste du Canada, mais aussi des États-Unis, et même de l'Europe. Tous les visiteurs étrangers qui ont vu cette école sont unanimes là-dessus.

Une chose remarquable, en ce qui concerne les centres d'apprentissage pour les métiers du bâtiment, est assurément le fait que ces centres sont la propriété des commissions. Et, les commissions étant formées en nombre égal de représentants patronaux et ouvriers, ceci signifie que les centres d'apprentissage de la construction se trouvent être en réalité la propriété collective des patrons et des ouvriers. C'est là une chose unique au monde, un fait sans précédent et sans équivalent nulle part dans l'univers.

Nos centres d'apprentissage constituent un genre d'institution sans réplique en aucun pays. C'est seulement dans la Province de Québec qu'on rencontre ainsi une association, formée de patrons et d'ouvriers, possédant conjointement une école pour l'entraînement de la main-d'œuvre de leur industrie. On peut difficilement concevoir meilleure formule

d'alliance entre le Capital et le Travail, mettant commun leurs ressources, aussi bien matérielles qu'intellectuelles, pour assurer le progrès de l'industrie au succès de laquelle ils coopèrent en loyaux partenaires, plutôt que de se conduire en adversaires méfiants.

Les commissions d'apprentissage ont réussi à bâtir des centres modernes, confortables et attrayantes, grâce à l'appui financier des comités paritaires.

Les comités paritaires accordent chaque année des subventions considérables aux commissions d'apprentissage pour la construction et l'entretien des centres d'apprentissage. Je parle toujours des métiers du bâtiment.

C'est ainsi que le centre de Montréal coûte au-delà de \$1 million. Il sera indéniablement le plus vaste au monde.

Tout cela veut dire que les centres d'apprentissage sont fondés et opérés avec l'argent des patrons et des ouvriers de l'industrie concernée.

Le Gouvernement, pour sa part, contribue, par des octrois, environ un tiers du coût de construction et d'opération des centres.

La Formule Barrette, comme on l'appelle, est précisément remarquable par ce caractère tripartite que le Ministre lui a imprimé; à savoir: une étroite et féconde collaboration du Capital, du Travail et de l'État — les Trois Grands de la Société, selon l'expression de l'honorable Barrette — laquelle coopération a permis la réalisation d'un plan d'apprentissage qui suscite l'admiration jusque dans les pays étrangers.

Mais l'État a bien soin de ne pas intervenir en aucune façon dans les activités des commissions d'apprentissage.

Les programmes sont élaborés et les professeurs sont choisis par les commissions en toute liberté, sans ingérence du Gouvernement.

Le Gouvernement a seulement voulu s'assurer, selon son droit et son devoir, que les apprentis reçoivent une formation morale de première valeur. Le Gouvernement a mis au service des commissions d'apprentissage un aumônier qui est justement chargé de s'occuper de la formation sociale des jeunes apprentis.

Des cours de sociologie sont donnés aux apprentis. Et ces cours sont d'autant mieux accueillis que ces jeunes ont sous les yeux une éclatante illustration de la possibilité, de l'utilité et de la nécessité, d'une collaboration franche et honnête entre le Capital, le Travail et l'État, pour assurer le progrès dans l'ordre de la société.

Notre Province bat incontestablement la marche et tient le premier rang dans le domaine de l'apprentissage des métiers du bâtiment. Il est facile de p

porter la preuve péremptoire de cette affirmation positive.

D'après "L'Action Catholique" du 19 janvier 1955, on compte, en chiffres ronds, 21,000 apprentis, dans les métiers du bâtiment, au Canada; et, de ce nombre, 14,000 se trouvent dans Québec. C'est dire que notre Province possède à elle seule les deux tiers des apprentis de tout le pays, dans l'industrie de la construction.

On nous permettra bien de souligner, sans malice, que, ici, non seulement nous avons l'avantage sur l'Ontario, mais aussi sur tout le Canada réuni.

A ce sujet, on pouvait lire, dans "Le Soleil" du 3 juillet 1954, un article extrêmement élogieux sur notre Plan d'Apprentissage, et dont nous citerons seulement la conclusion: "Il est bon pour le peuple du Québec de se pencher sur ses réussites; elles démontrent qu'au lieu de s'enticher des solutions sociales, parfois subversives, qui sont inventées ailleurs, nous pouvons régler nos propres problèmes dans le bon sens et la justice".

Il convient aussi de mentionner que l'Ontario compte seulement un centre d'apprentissage pour les métiers du bâtiment, situé à Toronto, et propriété conjointe des gouvernements fédéral et provincial. Dans Québec, nous comptons 6 centres d'apprentissage pour les métiers du bâtiment; à Montréal, Hull, Sherbrooke, Joliette, Chicoutimi et Québec. Et tous ces centres, sans une seule exception, sont la pleine et entière propriété des commissions d'apprentissage. Nos centres n'appartiennent pas au gouvernement provincial, et encore moins au gouvernement fédéral: ils sont la propriété exclusive des commissions; c'est-à-dire des patrons et des ouvriers ensemble.

Pour conclure, disons avec raison que Québec possède sans contesté des institutions sans réplique nulle part ailleurs, même en Ontario, et dont ses citoyens ont lieu d'être particulièrement fiers.

LE CARGO "VILLE DE MONTREAL"

La Compagnie Générale Transatlantique qui, depuis de nombreuses années desservait déjà les ports des Etats-Unis et du Canada sur l'Atlantique et le Pacifique ajoute — en l'année de son centenaire — à ses différentes lignes, un service sur les grands lacs.

Cinq navires portant pavillon de la Compagnie Générale Transatlantique, dont les "Villes de Montréal" "Ville de Québec" suivront la route des pionniers français du XVIIe siècle sur les rivières et lacs canadiens et américains desservant tous les quinze jours au départ des ports continentaux européens après Québec Montréal: Toronto, Détroit, Chicago, Milwaukee, Cleveland.

Dans le sens Grands Lacs Europe, grâce à une

L'organisation rationnelle du courrier par la STENOYPIE

par Mme Marc GRANDJEAN

ANDRÉ SIEGFRIED brossait récemment un remarquable tableau de l'évolution du travail de bureau. «Il y eut d'abord, disait-il, une longue période artisanale, puis une période mécanique: nous sommes maintenant à la période de l'organisation. Les entreprises sont, en effet, devenues si complexes qu'elles exigent de la part des chefs toutes les qualités de l'administrateur. De là l'importance, pour la direction, d'un secrétariat bien équipé».

Dans tout secrétariat «bien équipé», la sténotypie a maintenant une place de choix en raison des avantages qu'elle présente et de l'organisation éminemment moderne et productive qu'elle permet de réaliser, aussi bien dans les entreprises que dans les secrétariats privés.

La Sténotypie est l'art de recueillir la parole à l'aide d'une machine spéciale; elle a donc pris naissance et s'est développée en même temps que la machine employée à cet effet, de même que l'invention de la machine à écrire a donné naissance à la dactylographie, universellement utilisée.

C'est à un Français, Marc Grandjean, qu'est due la mise au point et la diffusion de la première machine à sténographier qui ait été construite industriellement et dont l'usage s'est largement répandu. Bien que l'on rencontre aujourd'hui la sténotypie dans bien des bureaux, dans les Salles de Congrès comme dans les Conférences diplomatiques ou corporatives et dans les débats de toutes sortes, il n'est pas superflu d'en préciser quelques caractéristiques.

Une qualité essentielle et indispensable de la Sténotypie est d'être petite, pliante, légère: donc facilement transportable; elle ne nécessite aucune installation spéciale: la secrétaire la transporte aisément de bureau en bureau, ou la glisse dans sa ser-

entente très étroite avec la Swedish American Line de Gothenbourg, les départs seront assurés, à la cadence d'un navire par semaine, sur Le Havre, Rouen, Dunkerque et les ports du Nord.

Le service combiné offert par ces deux Compagnies constituera un lien supplémentaire aux relations commerciales entre les Etats-Unis, le Canada et la France, ainsi que les pays scandinaves.

viette, ou dans un élégant coffret quand elle se déplace à l'extérieur; le patron la conserve dans son bureau, sur le coin de sa table de travail ou sur un pied-support, selon les cas.

Mais ce qui constitue l'aspect le plus intéressant, le plus important de cette invention, c'est que la Sténotypie utilise non des signes conventionnels, mais les caractères mêmes de l'alphabet. Contrairement à la machine à écrire, la Sténotype imprime plusieurs lettres à la fois; en fait, elle écrit syllabe par syllabe ou, plus exactement, son par son, et non plus lettre par lettre. La conséquence en est une grande augmentation de vitesse à la dictée.

L'impression se fait non plus en largeur sur une feuille de papier qu'il faut changer, mais *en continu* sur une bande permettant l'enregistrement de 70 à 100 lettres commerciales, sans aucune manipulation. Après chaque frappe le papier avance automatiquement d'une ligne. Le mot *facilité* se présentera donc ainsi:

	F	A		1re frappe
S			I	2e frappe
	L		I	3e frappe
	T	E		4e frappe

L'espacement entre les lettres sur une même ligne tient à ce que chaque caractère s'imprime toujours à la même place. L'œil s'habitue extrêmement vite à cette disposition.

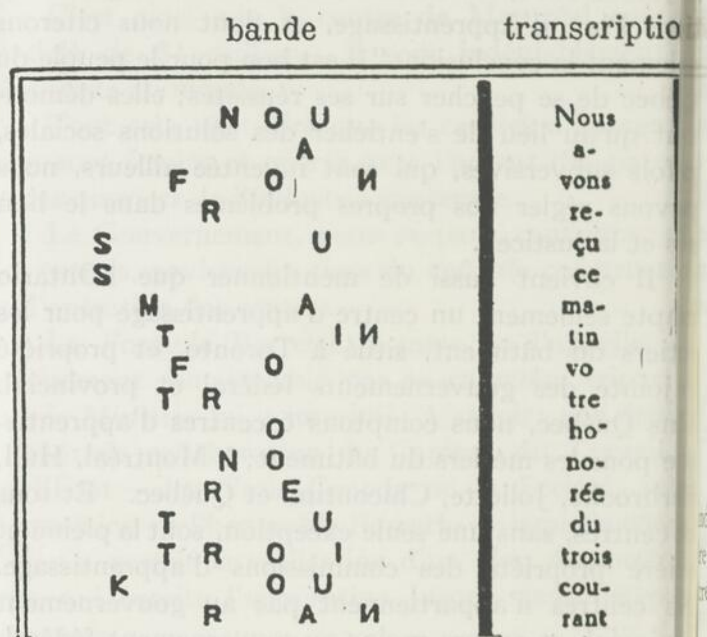
Du fait de la suppression de l'«e» muet, le mot *monde*, par exemple, s'écrira d'une seule frappe MOND (au lieu de 5 frappes en machine à écrire, 6 lorsque le mot est au pluriel, plus la barre d'espacement).

Les consonnes représentant le son dur et le son doux; T signifie te ou de; P signifie pe ou be.

Les chiffres s'écrivent en lettres, aussi vite qu'ils se prononcent et sans possibilité d'erreurs; 201 s'écrira DEUX-SAN-UN. Un code très simple permet de prendre toutes les ponctuations, l'orthographe exacte des noms propres, des termes techniques, etc. . . .

D'après ces brèves explications, on se rend compte de la simplicité de la méthode, de la précision de la notation et de la facilité de transcription. L'écriture reste facilement lisible, quelle que soit la vitesse de prise, et assure une transcription parfaite par la secrétaire ou n'importe quelle dactylographe de l'entreprise. Nous reviendrons plus loin sur les avantages qui découlent de cette écriture en clair.

Après le principe d'écriture, voyons la machine:



Bande imprimé sur STENOTYPE GRANDJEAN.

La Sténotype Grandjean se compose:
1° d'un clavier comportant 21 touches dont

INNOVATION COMMERCIALE



Estampes en plastique transparent
Voyez ce que vous estampez; évitez les erreurs.

Plus léger, plus économique.

Pas plus dispendieux que les estampes de bois, même les plus récentes.

DEMANDEZ NOS PRIX

DOMAINE de la CLASSIFICATION

Pour avoir du succès dans votre classification servez-vous de la chemise à classement "RICHELIEU", manufacturée dans le QUÉBEC de toute première qualité. Demandez échantillon pour vous convaincre. Pour la première fois des Caradiens-Français vous fournissent une che-

mise de première qualité à des prix populaires.

Cette annonce vaut 10% d'escompte sur l'achat de toute quantité de chemise "RICHELIEU"

RICHELIEU
R

LE SPECIALISTE DU BUREAU, Inc.

H.-E. LAVALLÉE, président-gérant

939, 2ième AVENUE, Limoilou,

Tél. 3-6573

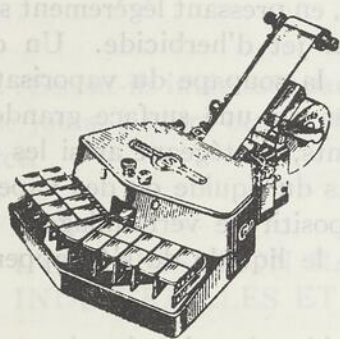
QUEBEC

Demandez les formules réglées pour comptabilité de tous genres ainsi que couverts "binders" de Villemaire & Frères Ltée, appelés Vimy & William

chacune vient commander la lettre correspondante, comme dans une machine à écrire:

- 2° d'un mécanisme actionnant le ruban encreur;
- 3° d'un mécanisme faisant avancer automatiquement le papier;
- 4° d'un mécanisme enroulant la portion de bande imprimée.

En appuyant sur une touche, on commande le caractère qui vient appuyer au travers du ruban encreur, sur la bande de papier passant devant le cylindre de frappe, ce qui produit l'impression. La



La STENOTYPE GRANDJEAN.

bande de papier part d'une bobinette placée à l'arrière, passe entre le cylindre de frappe et le ruban encreur et s'enroule finalement sur un tube enrouleur.

AVANTAGES DE LA STENOYPIE

Grande vitesse de prise; économie de temps:

Parmi les nombreuses tâches qui incombent au Chef d'entreprise ou au Chef de service, une des plus importantes est, sans conteste, la dictée du courrier. Bien entendu, le Chef laissera à sa secrétaire le soin de répondre aux lettres banales, au courrier courant qui ne réclame aucune initiative particulière. Mais chaque jour, il reste au chef des lettres qui relèvent directement de sa compétence, pour lesquelles il sera seul capable de prendre des décisions, qui devront donc être rédigées par lui. Il aura, bien entendu, recours à la dictée, car le temps est périmé des «minutes» que l'on faisait recopier par les dactylographes. Seule, la dictée peut être le moyen d'expression du chef moderne, et c'est là qu'apparaît pour lui l'intérêt de la sténotypie.

Facilité de travail:

On dit souvent que le dicteur, retenu par ses réflexions et la rédaction de son texte se contente aisément de vitesses moyennes. En réalité, rien ne se développe comme l'habitude de dicter, à la

condition toutefois de ne pas être freiné par la secrétaire. Avec la sténotypie, les vitesses de 150, 160 mots-minute sont courantes; les bonnes praticiennes prennent 180, 200 mots; les virtuoses 220, 240, 250 mots et plus.

Il est aisé de se rendre compte du temps qu'économise l'homme d'affaires qui dicte à une sténotypiste, et c'est le sien qu'il économise, donc le temps le plus précieux, sans parler, accessoirement, de celui de la personne à qui il dicte.

Si le travail est plus productif, il est aussi plus facile.

Déarrassé de tout souci, de toute contrainte, oubliant qu'il dicte, le chef «pense tout haut» son courrier, son rapport; aucune manipulation pour faire répéter une phrase, retifier un passage, annuler, ajouter: c'est affaire à la secrétaire de capter la pensée de son chef et de faire le nécessaire pour que la reproduction en soit impeccable.

Sécurité de la transcription:

Au cours de la dictée, la secrétaire n'est pas seulement absorbée par la prise de cette dictée, mais bien plus par la perspective de la transcription qu'elle devra en faire. Elle redoute les erreurs possibles d'interprétation, en particulier lorsqu'il s'agit de textes complexes ou de termes techniques qui peuvent ne pas lui être familiers. La méthode sténotypique permet de tout reproduire «en clair»; elle a donc tout apaisement: sa transcription sera aisée et fidèle. Pour peu qu'elle ait quelque culture ou qu'elle dispose d'un dictionnaire, elle ne doit même pas commettre une faute d'orthographe. Par exemple, le mot anthranquinone sera écrit AN-TRA-KI-NONE; oto-rhino-laryngologie sera représenté par O-TO-RINO-LA-RIN-KO-LO-JI.

Interlecture:

Si la maison utilise plusieurs dactylographes, si le chef veut signer son courrier avant de partir en voyage, de se rendre à une réunion professionnelle, s'il veut expédier un rapport urgent, il dicte à une sténotypiste, celle-ci divise les bandes entre trois ou quatre dactylographes. La transcription se fait pendant même que continue la dictée et tout est dactylographié quelques instants après qu'aura été dicté le dernier mot. On peut avoir recours à cette interlecture soit occasionnellement, en cas de presse, soit, au contraire, comme dans beaucoup d'entreprises, d'une façon régulière, et l'on réalise ainsi une organisation du travail particulièrement productive.

Prise en langues étrangères:

A l'heure présente, où s'étendent sans cesse les relations internationales, la Sténotypie correspond

vraiment aux besoins actuels; elle est véritablement un système universel. La machine est adaptable à toutes les langues.

Endurance:

La fatigue d'une prise de dictée est bien connue; elle augmente considérablement avec la vitesse. La machine et la méthode combinées suppriment cette fatigue; touches extrêmement douces à manœuvrer; travail parfaitement réparti sur les deux mains; pas de tension d'esprit. La secrétaire sténotypiste peut prendre de très longues dictées pendant des heures.

Nous n'avons pu qu'indiquer sommairement les avantages retirés dans la dictée du courrier, de rapports, de travaux personnels. Mais, en dehors même de ces cas journaliers, la sténotypiste pourra encore rendre de grands services pour l'établissement d'un compte-rendu in extenso ou analytique, selon les besoins, d'un Conseil d'administration, d'une Conférence des cadres, d'une conversation dont on aimera conserver la trace.

En conclusion, les sténotypistes sont particulièrement appréciées, non seulement dans les entreprises industrielles ou commerciales, les secrétariats d'avocats, médecins, hommes politiques, etc. . . ., mais encore dans les Comités, les organismes corporatifs, où l'on ne peut pas toujours recourir à un spécialiste de l'extérieur pour certains travaux qui s'apparentent à la «prise de discours».

La sténotypie s'est révélée un magnifique moyen d'organisation du travail si important du courrier ou de la dictée, de quelque ordre que ce soit, et l'on conçoit aisément que, partout, la Sténotypie ait sa place à côté de sa sœur aînée, la machine à écrire.

LE SAVOIR-FAIRE

Le "savoir-faire", c'est plus que le "savoir comment faire". En effet, n'importe quel vantard "sait comment".

Le vrai "savoir-faire", c'est un délicat mélange de mental et de physique, d'acquis et d'inné, de connaissances et d'expérience.

Mettez deux hommes devant une machine défectueuse. L'un expliquera en détails ce qui ne va pas, mais il lui sera impossible de la réparer. L'autre ne diagnostiquera pas seulement la maladie; ses mains feront disparaître le mal, et la mécanique fonctionnera.

Des hommes comme celui-ci, qui sont à la fois intelligents et habiles, sont aussi prisés de nos jours qu'ils l'ont toujours été. Ils sont les chevilles ouvrières de l'industrie.

Lao Tseu a dit, six cents ans avant Jésus-Christ: "L'homme adroit est un maître que doivent regarder ceux qui n'ont pas sa dextérité" — L'EFFICIENCE, (Bruxelles).

Nouvel herbicide aérosol qu'on applique sans se pencher

Un nouvel herbicide aérosol avec un pulvérisateur genre "canne", permet d'éliminer en grande partie les efforts musculaires jusqu'ici nécessaire pour débarrasser les pelouses des mauvaises herbes.

Monté sur une canne de 28 pouces de long, poignée ronde, ce pulvérisateur transforme le travail de destruction des mauvaises herbes en une simple promenade. Il suffira désormais de faire un tour dans son jardin et de pointer sa canne sur chaque plante parasite, en pressant légèrement sur la poignée pour libérer un jet d'herbicide. Un cône de plastique adapté à la soupape du vaporisateur d'aérosol concentre le jet sur une surface grande comme un pièce de 50 cents, protégeant ainsi les plantes utiles contre les effets du liquide ou des vapeurs délétères. Un simple dispositif de verrouillage à ressort, sur le cône, empêche le liquide de s'échapper au mauvais moment.

Cet herbicide aérosol préparé est du 2,4-D, un produit efficace contre le pissenlit, le plantain, la jacobée, l'oseille et autres plantes à larges feuilles. Le produit est absorbé par les feuilles et transporté jusque dans les racines, détruisant ainsi la plante tout entière. Il est propre et s'applique sans difficulté; il est économique et n'exige aucun mélange. Une boîte de 12 oz. suffit pour 600 plantes parasites.

L'appareil est en deux parties: la boîte d'aérosol et la canne pulvérisateur qui s'adapte en un clin d'œil au fond de la boîte. Cette canne et son anneau de serrage en plastique peuvent s'employer indéfiniment. On peut acheter séparément une nouvelle boîte de liquide et l'adapter à la canne.

NOTE: L'herbicide "Spot" est un produit de Canadian Aer-A-Sols Ltd., Toronto. On pourra bientôt se le procurer dans les pharmacies, quincailleries et magasins d'articles divers. Le prix de détail suggéré pour la boîte de 12 oz. et la canne est de \$1.98 et celui des boîtes de rechange, de \$1.59.

La Du Pont Company of Canada Limited fournit les hydrocarbures fluorés "Freon", les propulsifs auxquels on doit la pression qui vaporise nombre d'aérosols. Le "Freon" est un composé sûr, ininflammable et pratiquement non toxique, sert aussi de réfrigérant dans les réfrigérateurs, congélateurs et appareils de climatisation domestiques.

Académie itinérante des jeunes hommes d'affaires du Québec

OU

Cliniques d'organisation scientifique pour les jeunes patrons

... DU QUÉBEC

... PAR RÉGION ÉCONOMIQUE

10 Jeunes Patrons, au moins!

... Mais 15, au plus!

... Seront-ils intéressés par une série de 10 causeries forums, données pendant une période de quinze jours, à votre centre régional, éventuellement sous l'égide de la Fédération du Jeune Commerce.

Sur:

L'ORGANISATION RATIONNELLE MODERNE DES ENTREPRISES INDUSTRIELLES ET COMMERCIALES:

Dans:

L'AMBIANCE NÉCESSAIRE DES PROBLÈMES HUMAINS.

Ces causeries vous seront données en "Académie itinérante", comme le Jeune Commerce en a manifesté le désir louable;

... par les plus solides Experts de l'heure, ayant une connaissance pratique approfondie des réels problèmes techniques et humains canadiens-français.

Vos Experts:

François LE PELCH et Associés

Conseils en Organisation et Gestion Scientifiques

2475, Boulevard des Chutes. — COURVILLE. — Tél. MO 3-0394

Une seule condition: Être un jeune Patron et s'inscrire pour la série **au complet**, aux meilleurs jours, à l'heure la plus convenable pour vos occupations, choisis à la majorité des participants.

Frais de participation très modestes.

RENSEIGNEMENTS À L'ADRESSE CI-DESSUS.

Si le quorum désiré n'est pas atteint, le cours n'aura pas lieu.

Une idée nouvelle

10 JEUNES PATRONS? . . . AU MOINS, MAIS 15 AU PLUS!

1 DANS CHAQUE RÉGION ÉCONOMIQUE

POURQUOI FAIRE?

Mon cher monsieur Belisle,

Il est remarquable de voir avec quel courage et quelle tenacité, vous continuez votre campagne pour éveiller dans l'esprit des jeunes le désir de s'instruire.

Avec bien d'autres voix autorisées, la vôtre toujours si persuasive, lance, tel un Abbé Pierre un cri d'alarme, douloureusement vrai, sincère, poignant.

Débordés ou dépassés par les Américains, qui ont adapté l'enseignement à leur besoin dites-vous, nous voilà menacés de devenir satellites ou, à nouveau, colonisés.

Vous appelez les jeunes à devenir réalistes, pratiques et agissants. Quel écho reviendra à votre appel angoissé?

Des Associations comme la première Association Patronale véritable, celle des Marchands Détaillants, des groupements de trop rares bonnes volontés, toujours les mêmes, tel le Jeun Commerce de la Province, réagissent favorablement dans le même sens.

Leur élite, si dévouée, affronte avec détermination une tâche surhumaine: réveiller, secouer, enthousiasmer une masse énorme, si riche de possibilités potentielles, mais qui dort, se désintéresse et fuit l'effort avec incivisme, indifférence, paresse ou lâcheté.

Avec l'appui moral des organisations citées plus haut, je tente de mon côté, avec moi associé. de mettre notre large expérience, maintenant confirmée dans la Province. au service de quelques jeunes Patrons, Industriels ou Commerçants, qui n'ont jamais eu la chance de bénéficier de "cours de Formation de Chefs d'entreprise", mais qui voudraient faire l'effort intellectuel indispensable, pendant quelques jours seulement, pour acquérir l'essentiel de cette science, mise à leur portée intellectuellement, géographiquement et financièrement.

Voici de quelle manière notre projet est conçu.

Travaillant depuis plusieurs années, au bénéfice d'entreprises successives avec un succès que vous nous avez fait déjà l'honneur de souligner dans un Éditorial de vos publications, (Éditorial qui a tant servi notre cause), nous avons constaté la faiblesse de rayonnement de ce moyen habituel.

En effet, nous ne pouvons traiter que peu d'entreprises chaque année, sous peine de "booster" l'expertise, et de lui donner le détestable caractère commercialisé, dont la Province a déjà tant souffert; de plus, un client "satisfait" peut rarement devenir professeur pour son entourage si par hasard, il en avait l'envie.

Alors! Pourquoi ne pas essayer d'augmenter notre efficacité sur le plan collectif, en atteignant un groupe de jeunes patrons, ou futurs patrons, 10 ou 15 au plus, réunis dans une espèce d'Académie ambulante? Celle-ci ne demanderait pas qu'ils viennent à elle, mais c'est elle qui se déplacerait, par régions économiques successives, dans le centre géographique le plus favorable pour tous.

Des exposés vivants, solides, documentés, sur des cas concrets, . . . des Forums dynamiques sur les questions traitées.

... 2 heures environ, de "training" intense sur la conduite moderne d'une entreprise.

Et ceci pour une dépense purement symbolique, en raison de la substance de l'enseignement.

... La Beauce, le Lac St-Jean, les Bois-Francs, le Bas St-Laurent, etc. ..., pourraient ainsi avoir un peu de cet enseignement, chaque année, de plus en plus largement dispensé dans les Facultés pour ceux qui vivent aux alentours immédiats des grands centres comme Montréal et Québec.

C'EST UN TEST! Se trouvera-t-il, par région économique, 10 à 15 Jeunes Patrons, assez soucieux de leur développement personnel, au profit de leur Province, assez curieux et obstinés pour rejeter énergiquement les alibis habituels qui prétendent justifier, mais très mal, leur absence quasi permanente de tous les lieux où leur esprit pourrait s'enrichir, et voudront-ils s'intéresser à une telle formule, et la faire devenir une RÉALITÉ CONCRÈTE?

... quelle région sera la plus dynamique, et ouvrira le feu?

Prendrons-nous encore six mois de retard? sous prétexte qu'en automne, c'est plus favorable ... , qu'en été, on va au chalet, etc ... , etc. ... Croyez-vous que nous ayons le droit de perdre six mois?

Oui, CE SERA UN TEST! il sera constructif pour tous, et chacun pourra en tirer les conclusions qu'il voudra; souhaitons qu'elles soient encourageantes.

La parole est à vous, Messieurs les Jeunes Patrons.

Grouillez-vous!

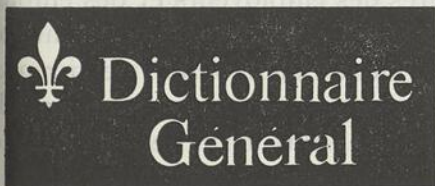
Et merci, cher Monsieur Belisle, de l'hospitalité de vos colonnes, toujours ouvertes quand il s'agit du développement intelligent de la Province.

Très respectueusement et cordialement vôtre.

F.-E.-J. LE PELCH

Conseil en Organisation.

VOUS POUVEZ ENCORE VOUS ABONNER AU



Remplissez le coupon ci-contre

et postez-le dès aujourd'hui.

de la LANGUE FRANÇAISE au CANADA

• LITTRÉ-BEAUJEAN & BELISLE •

CINQ FASCICULES MAINTENANT PARUS

BELISLE EDITEUR

4, RUE ST-JACQUES,

QUEBEC 2, P. Q.

BELISLE, EDITEUR—4, St-Jacques, Québec

Je vous autorise à m'inscrire comme abonné à vos fascicules mensuels du Dictionnaire Général aux conditions indiquées ci-dessous par une croix :

Nom.... Adresse.... Ville....

Formularies for subscription options: Ci-inclus \$15. comptant pour tous les fascicules et leur relieur (ou) après envoi du fascicule parus. Veuillez me facturer pour un an (\$5.) ou pour la totalité des envois (\$15.). inclus \$1.50 pour reliure mobile. J'ajoute \$... comme gage de soutien à votre œuvre. Ci-inclus 10c pour 16 pages spécimen du dictionnaire et conditions d'abonnement.

La vie économique.

La propriété industrielle du salarié inventeur

LE droit du salarié à une invention faite au cours de son travail est un problème soulevé et débattu depuis des dizaines d'années — et non en Allemagne seulement. Il est difficile de donner à ce problème des contours nets, parce qu'il participe de deux terrains différents du droit où s'opposent des tendances contraires: la législation du travail et celle sur les brevets d'invention. La législation du travail reconnaît le principe que le résultat du travail revient à l'employeur. La législation sur les brevets, au contraire, part de la règle que toute invention est la propriété de son auteur.

La nécessité d'une solution satisfaisante est mise en relief par le fait que la majorité de toutes les inventions vient des salariés. En ce moment le Gouvernement fédéral de Bonn cherche d'urgence cette solution au moyen d'un projet de loi soumis aux organes législatifs et qui met équitablement en balance les intérêts de part et d'autre, en tenant compte aussi des besoins de l'entreprise.

Dans la pratique il y a longtemps que s'est affirmée la nécessité de trouver une réglementation des droits résultant d'une invention due à un salarié. Pour le moment la jurisprudence est basée sur une ordonnance de l'année 1942 et une autre, de 1943, portant les mesures d'exécution. Dès que le projet de loi élaboré par le Gouvernement fédéral aura acquis force de loi, les prescriptions en vigueur jusqu'ici seront caduques.

La nouvelle loi ne tient pas uniquement compte de l'expérience acquise dans le pays même, mais encore du droit en la matière dans les pays étrangers. Elle est du reste appelée à régler d'une façon aussi complète et aussi définitive que possible la question du droit du salarié à son invention. Ceci est vrai, tant pour la sphère des personnes intéressées que pour les questions de droit réel connexes. La loi n'englobera pas seulement les inventions de salariés occupés dans l'économie privée, mais elle étendra ses effets — sous certaines réserves — à celles dont sont les auteurs des personnes travaillant dans les administrations et services publics ou de fonctionnaires.

Sont réputées inventions au sens du projet de loi celles seulement qui sont susceptibles d'être brevetées ou présentent le caractère d'un nouveau modèle-type. Ce qui est déterminant pour le traitement de la question du point de vue juridique, c'est la distinction établie entre les inventions liées au service, celles faites en rapport avec le service et les inventions libres.

La première catégorie comprend telles inventions faites pendant la durée du contrat de travail et sont:

- 1) ou bien issues du travail incombant au salarié dans l'entreprise ou le service public,
- 2) ou bien issues au premier chef d'expérience acquises ou de travaux effectués dans l'entreprise ou le service public en question.

Jusqu'ici le salarié est tenu de faire connaître à son employeur son invention libre de même que son invention faite en rapport avec le service, et d'en donner une description exacte. Cette déclaration détaillée ne sera dorénavant obligatoire que quand il s'agira d'inventions faites en rapport avec le service. Pour les inventions libres seule est prévue une déclaration pure et simple. Le projet de loi porte explicitement que le salarié aura le droit de disposer à son gré des inventions libres ou devenues libres. Ce droit de disposition est simplement restreint par l'obligation générale de loyauté résultant du contrat d'emploi ainsi que par l'obligation prévue de déclarer et d'offrir l'invention quand il s'agit d'inventions libres.

Une invention faite en rapport avec le service peut être revendiquée par l'employeur avec ou sans restrictions. Dès le dépôt de la déclaration de revendication sans restriction, tous les droits à l'invention faite en rapport avec le service passent à l'employeur. Une invention faite en rapport avec le service devient libre, si l'employeur y renonce. Il ne la revendique qu'en partie ou ne la revendique pas dans les six mois de la réception de la déclaration à lui faite en due forme.

La revendication par l'employeur donne naissance au droit du salarié à une rémunération adéquate. Le Ministre fédéral du Travail, les organisations supérieures des employeurs et des employés entendues, publiera des directives concernant cette rémunération. Le mode et le montant de la rémunération seront fixés par l'employeur et le salarié dans un délai raisonnable. Faute d'un tel accord, l'employeur sera tenu de fixer la rémunération dans une déclaration motivée et par écrit à adresser au salarié et de lui payer la rémunération en conformité avec cette déclaration. Le salarié pourra s'opposer à la fixation dans le délai d'un mois par voie de déclaration écrite. Tous les cas litigieux pourront être tout temps déferés à un service d'arbitrage à instituer auprès de l'Office des Brevets. Les droits ou conditions juridiques qui devront être régis selon

nouveau projet de loi, ne pourront généralement faire l'objet d'une action judiciaire que subséquentement à ladite procédure arbitrale.

L'employeur sera tenu et aura seul le droit d'effectuer dans le pays même le dépôt d'une invention faite en rapport avec le service et dont il lui a été donné connaissance, ceci dans le but d'assurer la protection de ses droits. Après revendication sans restriction de l'invention faite en rapport avec le service, l'employeur aura le droit d'effectuer aussi le dépôt à l'étranger en vue de l'octroi d'un brevet d'invention. Pour les pays étrangers où l'employeur ne voudrait pas solliciter l'octroi d'un brevet, il sera

tenu de céder au salarié la libre disposition de l'invention faite en rapport avec le service, afin de mettre celui-ci à même, s'il le désire, d'obtenir un brevet dans ces pays.

La prescription qu'une récompense peut être accordée pour des propositions de perfectionnement techniques, concerne une chose qui va de soi et n'a donc pas été reprise dans le projet de loi. Ce point ressortit au contrat des tarifs de salaire ou au contrat de travail de l'entreprise dans le cadre général de la gestion autonome selon la législation du travail.— B.O.P.I.G.F., Berlin.

Animaux, tout comme les humains, se portent mieux et sont plus productifs dans des locaux climatisés

Voici maintenant qu'on "climatise" les chenils. Il en est de même des poulaillers, porcheries, vacheries, loges à chinchillas et autres!

Il va sans dire que tout cela est le fait de l'homme qui a découvert que la gent animale, tout comme les humains, se porte mieux et est plus productive quand on climatise l'air ambiant de ses locaux.

On dit que les vaches laitières sont au mieux de leur production quand la température varie entre 50 et 60 degrés. Si l'on en croit les renseignements fournis par la Carrier Corporation, les porcs engraisseraient davantage lorsqu'ils sont élevés dans une température ambiante de 60 à 75° pendant toute l'année. On perd moins de cochonnets, et ils profitent davantage tout en consommant moins de nourriture.

Les poules et autres volailles, qui rapportent un tiers du revenu de la ferme, présentent un des plus grands défis aux hommes de science qui cherchent constamment à obtenir des profits maxima tout en réduisant le coût de l'élevage.

Fait à signaler, les constructeurs de poulaillers ont emprunté l'idée préconisée par Carrier pour l'agencement moderne des maisons d'habitation. Ils construisent des poulaillers de luxe, complètement isolés, avec fenêtres doubles, planchers en béton au-dessus du niveau du sol, orientation appropriée du poulailler pour tirer le meilleur parti possible de la radiation solaire et une toiture prolongée au-delà du mur sud pour aider à rafraîchir le poulailler pendant l'été.

D'autres animaux, ceux qui ne vivent pas sur la ferme, goûtent aussi les avantages du conditionnement de l'air. Un propriétaire de lévriers de course, à Boston, acheta un climatiseur d'air pour empêcher ses chiens de trop battre du flanc entre les courses.

Un autre exemple notable est celui du chinchilla — un rongeur gâté qui vient des Andes, en Amé-

rique du Sud. Il semblerait que les chinchillas aiment vivre dans une température sèche variant entre 60 et 70 degrés. Les éleveurs, au Canada et aux États-Unis, se servent de climatiseurs d'air Carrier pour leur donner satisfaction et favoriser la production de cette luxueuse fourrure gris perle si dispendieuse. Voilà qui est du gros bon sens au point de vue dollar; c'est d'ailleurs du gros bon sens que d'avoir recours au conditionnement de l'air pour augmenter le rendement humain. Ajoutons qu'il faut plus de 200 peaux de chinchillas pour confectionner un seul manteau de fourrure pour Madame.

Un des exemples les plus frappants de la contribution du conditionnement de l'air au bien-être des animaux se produit en haute mer. Un troupeau de 104 vaches de race Brahman devait être transporté de Floride à Costa-Rica pour améliorer le troupeau d'un éleveur de l'Amérique Centrale. Durant le mois de juillet, alors qu'on devait transporter ces bêtes, on s'aperçut que le climat des Caraïbes ajouté à la chaleur de l'haleine de ces bovins de sang royal produirait une température d'environ 120° dans les locaux occupés par les bovins.

Il n'est pas rare de perdre de 10 à 15 bêtes durant pareil voyage, mais ce ne fut pas le cas au cours de cette expédition. On loua de l'espace à bord d'un navire de transport de fruits climatisé à l'équipement Carrier. On maintint une température de 75° pendant tout le voyage et lorsque le navire arriva à Port Limon, au Costa-Rica, il fallut littéralement chasser les vaches du navire car elles ne voulaient pas quitter leur cabine de première classe pour braver la chaleur de 100° qui régnait sur le pont; et loin de perdre des bêtes, leur nombre passa à 105 pendant le voyage.

Les animaux sont peut-être "bêtes" dans l'acception figurée du mot, mais leur productivité et leur bien-être sont tout aussi sensibles au climat que ceux de l'homo sapiens.

Notre programme de réhabilitation produit des résultats merveilleux

Notre Programme de Réhabilitation pour les travailleurs handicapés fut adopté en 1947.

Une vaste clinique, bien équipée et dirigée par des spécialistes, fut ouverte sur l'avenue Laurier à Montréal.

Les travailleurs chez qui un handicap a résulté d'un accident du travail sont envoyés à la Clinique, où des traitements intensifs de physiothérapie sont destinés à supprimer ou réduire leur handicap, de manière qu'ils puissent retourner à leur ancien emploi, malgré leur handicap, ou accomplir un nouveau travail approprié à leur handicap. En d'autres termes, ces travailleurs sont à la fois réhabilités physiquement et professionnellement. Et, en conséquence, ils ne sont plus un passif mais bien au contraire un actif pour la communauté.

En 1954, la Clinique a donné près de 220,000 traitements à plus de 1,900 travailleurs handicapés.

En 1954, le Service de Réhabilitation, qui aide les patients de la Clinique à ravoir leur ancien emploi ou à obtenir de nouveaux emplois, a retourné à peu près le même nombre de travailleurs à d'anciens ou nouveaux emplois.

Depuis son ouverture en 1947 jusqu'à aujourd'hui, la Clinique a donné au-delà de 1,300,000 de traitements de physiothérapie à plus de 5,500 travailleurs handicapée.

Inutile de dire que les travailleurs handicapés reçoivent, durant leur entier séjour à la Clinique, 70% de leur salaire régulier, sans compter la chambre, la pension et le transport. Naturellement, les traitements sont gratuits.

ANTONIO BARRETTE,
MINISTRE DU TRAVAIL.

MINISTÈRE DU TRAVAIL,
PROVINCE DE QUÉBEC.

Tél. Résidence 4-3792

Bureau 4-9326

GEORGES LARUE

A.P.A., A.C.I.

SYNDIC LICENCIÉ

AUDITEUR PUBLIC ACCRÉDITÉ

Installation de systèmes de comptabilité de tous genres

Comptabilité faite à la semaine ou au mois

IMPOT SUR LE REVENU
COMPTABILITE --- VERIFICATION --- SUCCESSIONS

SUITE 408 EDIFICE DU BOULEVARD

400, BOULEVARD CHAREST

QUEBEC

BUREAU A DONNACONA

206, rue Jacques-Cartier

Tél. 750

BUREAU: A TROIS-RIVIERES

1240, Avenue Royale,

Tél: 4-3504

Une documentation exclusive -- pratique -- unique

Les Manuels du Mécanicien de Machines Fixes

- 12 volumes, comptant. \$52.00
(Reliés cuirette rouge, titres dorés).
(Séparément)
- 1—Chaudières à Vapeur I
- 2—Chaudières à Vapeur II (les deux — 700 pages) \$10.00
(Questions d'examen pour les classes 1 et 2. Le meilleur ouvrage du genre au monde).
- 3—Machines à Vapeur I
- 4—Machines à Vapeur II (les deux — 600 pages) \$ 9.00
(Questions d'examen pour classes 1 et 2. Suite de l'ouvrage précédent).
- 5—Chaudières et Machines à Vapeur * \$ 4.50
(Questions d'examen pour les classes 3 et 4).
- 6—Moteurs Diesel I. \$ 4.50
- 7—Moteurs Diesel II. \$ 4.50
(Toute la technique des moteurs Diesel modernes, en français).
- 8—Plomberie et Tuyauterie * . . \$ 4.25
(Filetage, raccords et pose des tuyaux et appareils de plomberie).
- 9—Chauffage et Ventilation * . . \$ 4.25
(Plans d'installations. Chauffage à l'huile. Radiation, etc.).
- 10—Soudure au gaz et à l'électricité* \$ 4.50
(Les procédés courants de soudure au complet. Plus de 230 illustrations).
- 11—Installations électriques * . . \$ 4.25
(Les courants. Installations résidentielles et autres).
- 12—Manuel de Réfrigération * . . \$ 4.50
(Principes. Fonctionnement. Dépannage des appareils commerciaux).

* Les volumes portant ce signe font déjà partie d'une collection parue. Ils ont été incorporés à celle-ci afin d'en compléter le cycle documentaire.

Métiers de la Construction

- 6 volumes \$25.00
(Reliés cuirette marron, titres dorés).
(Séparément)
- 1—Charpente et Menuiserie. . . \$ 4.25
(Travaux de charpente. Résistance des matériaux. Construction de diverses structures: planchers, escaliers, fermes, toits, cloisons, etc.).
- 2—Hygiène et Plomberie. \$ 4.25
(Description des opérations de Plomberie. Raccords et outillage. Posage. Centrage. Code de Plomberie. Etc.).
- 3—Chauffage et Ventilation. . . \$ 4.25
(Installations de chauffage. Plans. Divers systèmes, etc.).
- 4—Éclairage et Installations Électriques. \$ 4.25
(Les courants. Conduites. Épisures. Loi d'Ohm. Etc.).
- 5—Peinture — Vitrierie. \$ 4.25
(Mélanges de peinture. Harmonie des couleurs. Posage de la peinture. Etc.).
- 6—Maçonnerie—Matériaux . . . \$ 4.25
(Briquetage. Blocs de béton. Fondations. Pierre de taille. Divers plans et appareils. Etc.).

DIGNE DE TOUT CANADIEN VRAIMENT CULTIVÉ

En menant la contre-offensive sur les fronts où notre langue était le plus menacée, ces classiques de l'artisanat et des affaires modernes ont marqué un tournant décisif pour la sauvegarde de notre langue.

Tous ces ouvrages ont été composés, adaptés ou traduits par l'auteur canadien du

DICTIONNAIRE GÉNÉRAL

Vous avez ici un véritable répertoire encyclopédique dont aucune bibliothèque particulière, municipale, paroissiale ou scolaire ne saurait se dispenser. Vous pouvez commander les collections entières ou un seul volume à la fois.

La Bibliothèque du Machiniste

- 7 volumes \$30.00
(Reliés cuirette rouge mandarin, titres dorés).
(Séparément)
- 1—Les Outils Manuels. \$ 4.50
(Description et usage de tous les outils à mains du machiniste. Nomenclature bilingue. Soin et entretien).
- 2—Manuel du Machiniste \$ 4.50
(Tours. Perceuses. Étaux-Limeurs, Fraiseuses. Meuleuses. Etc.).
- 3—Ferblanterie — Soudure. . . \$ 5.00
(Travail du métal en feuilles: pliage, cintrage, rivetage, bossage, etc. Soudure à l'oxyacétylène et à l'électricité).
- 4—Manuel de Réfrigération. . . \$ 4.50
(Réfrigération commerciale: dépannage, Opération).
- 5—Dessin de Machines et Lecture des Plans. \$ 4.50
(Nombreux modèles de développements et traçages).
- 6—Chaudières et Machines à Vapeur (Classes 3 et 4). \$ 4.50
(Questionnaire pour examens et opération).
- 7—Mécanique Appliquée. \$ 4.50
(Les éléments classiques de la mécanique et leurs applications).

HORS-SERIE

- Le Français des Affaires. . . . \$ 1.50
(Correspondance et rédaction).
- Partie du maître. \$ 2.50
- Exercices de Menuiserie. . . \$ 2.00
(117 modèles d'articles pour les classes de travaux manuels).

CATALOGUES détaillés envoyés sur demande. Spécifiez le groupe qui vous intéresse.

La Bibliothèque de l'Homme d'Affaires

- 12 volumes \$30.00
(Reliés cuirette bleue, titres dorés).
(Séparément)
 - 1—Organisation et Financement des Entreprises. \$
(Formation des sociétés, compagnies, entreprises diverses. Capitaux. Affaires de banque. Etc.).
 - 2—Crédits et Recouvrements. . \$
(Perception des comptes. Lettres de "collection". Crédits. Etc.).
 - 3—Marchés Mobiliers et Placements. \$
(La Bourse. Les valeurs. Spéculation. Placements. Plans divers).
 - 4—Principes généraux d'Organisation. \$
(Systèmes modernes d'organiser les commerces et l'industrie).
 - 5—Organisation de l'Emploi. . . \$
(Modes d'organisation d'après Ford, Taylor, Fayol et les grands techniciens de l'organisation moderne).
 - 6—Organisation de la Production. \$
(Comment produire à meilleur marché en disposant hommes et machines scientifiquement).
 - 7—Organisation Financière et Administrative. \$
(Organisation du bureau, etc.).
 - 8—La Psychologie Appliquée aux Affaires et à la Vente. . \$
(La connaissance des hommes. Analyse des caractères. Etc.).
 - 9—Sélection et Formation des Vendeurs. \$
(Comment choisir et former les vrais bons vendeurs).
 - 10—Prospection de la Clientèle. \$
(Mille et un tuyaux pour trouver les clients et les conserver).
 - 11—Le Service des Ventes. \$
(Tout ce qu'il faut faire pour obtenir du succès dans la vente).
 - 12—La Publicité et la Vente. . . \$
(Les secrets de l'annonce qui rapporte au centuple).
- Tous les volumes de ces trois collections sont clairement rédigés, faciles à comprendre, et comportent de nombreuses illustrations. Tables analytiques bilingues. Formats uniformes. Typographie soignée. La plus belle collection documentaire jamais obtenue jusqu'ici au Canada français.
- Pour obtenir ces collections ou les volumes individuels faites une croix à-vis l'item désiré et envoyez le montant à l'adresse ci-dessous. Vous recevrez les volumes franco par retour du courrier.

BELISLE, ÉDITEUR 4, rue St-Jacques QUÉBEC, P.Q.

REMP LISSEZ CE COUPON

Nom
Adresse
Ville
Montant inclus \$
Envoyez C.O.D.
(Tournez s.)