

M. S. Faber.

Les Affaires

A Magazine of Business

NE MANQUEZ PAS DE LIRE :

*Les Banques Font-Elles
leur Devoir*

En Arrière du Comptoir

*Un Efficace Programme
d'Action*

*Les Lignes qui vous Donnent
les Meilleurs Profits*

Tél. 4-4802

REDACTION ET ADMINISTRATION
552-554, PREMIERE AVENUE
QUEBEC

RAOUL RENAULT, Directeur.

Semaine des Acheteurs

SOUS les auspices de la Commission de l'Exposition Provinciale et d'un groupe de Manufacturiers et de Négociants en Gros du District de Québec, nous avons organisé une

Semaine des Acheteurs

Du 7 au 12 Septembre

pour permettre aux Marchands de la Campagne de faire des économies sur leurs achats tout en jouissant des beaux spectacles et des nombreuses attractions de l'Exposition Provinciale de Québec.

Demandez des renseignements sans retard en vous adressant à:— "LES AFFAIRES",
552-554, Première Avenue, Québec.

Les Affaires

(A Magazine of Business)

Magazine mensuel illustré consacré à
l'Organisation et à l'Administration
Commerciale et Industrielle

VOL. IV

AOÛT 1931

No 7

SOMMAIRE

Le Progrès des Bonnes Routes, p. 194. — En marge de la crise: rien d'absolument anormal, par Raoul Renault, p. 195. — Les ventes à tempéramment, p. 196. — Les Banques font-elles leur devoir, par R. R., p. 197. — Rescencement des établissements de commerce et de service, p. 193.—Capacité de gain limitée à la bière, appétit pour le champagne, p. 199. — En arrière du comptoir, L.-A. B., p. 201.—L'Académie Commerciale de Québec, p. 202.— Un efficace programme d'action: les industriels américains s'organisent pour combattre la crise, p. 203.—Le moratorium Hoover, par G. Vécu, p. 207.—Les lignes qui vous donnent les meilleurs profits, par Jean Terrien, p. 211.—Vocabulaire Anglais-Français du commerce et de l'industrie, par Adjutor Fradette, p. 213. — Nos lecteurs nous écrivent, p. 215.—Bibliographie, p. 217.—Sur les crises économiques, par Alex. Giroud, p. 219.—Personnalité d'abord, p. 221.—Notes brièves, p. 222.—Le roman d'un jeune homme pauvre, p. 223.

ANNONCEURS:—"Semaine des Acheteurs", page 2 de la couverture. — Ministère de l'Industrie et du Commerce, p. 196. — La Banque Provinciale du Canada, p. 198. — Les Pageants, p. 199. — John de Kuyper, p. 200. — La Cie F.-X. Drolet, p. 204. — Marcel Rochette, p. 206. — Morisset & Frère, p. 208-209. — The Hervay Chemical Co., p. 210. — Canadian Magazine, p. 214. — Exposition Provinciale, p. 216. — Prince George Hotel, p. 216. — P.-A. Boutin, p. 218. — Caisse d'Economie de N.-D. de Québec, p. 218. — Hôtel Grand Union, p. 219. — Manoir Ste-Julie, p. 220. — Petites Annonces, p. 220. — C. Robitaille, p. 222. — Paul-S. LeChasseur, p. 223. — Club Automobile de Québec, p. 224. — Semaine des Acheteurs, page 4 de la couverture.

Rédaction et Administration :

552, PREMIERE AVENUE, — QUEBEC.

Téléphone: 4-4802

Représentant à Montréal:—Jos.-H. Delabarre, 1218, rue Berri.—Tél. HAbour 1734.

Le Magazine "Les Affaires" est publié tous les mois par L'Argus de la Presse Internationale, 552, Première Avenue, à Québec, et il est imprimé par Ernest Tremblay, 146, rue Du Pont, à Québec. Il est sous la direction de Raoul Renault, journaliste et publiciste.

ABONNEMENT :

Canada.....	\$2.00
Etranger.....	\$2.50

Le Progrès des Bonnes Routes

QUELQUES CHIFFRES

La province de Québec peut être fière des progrès accomplis dans l'amélioration des routes. Elle fut la pionnière de ce mouvement et elle est encore en tête des provinces de la Confédération, tant au point de vue de la construction qu'à celui de l'entretien. Son splendide réseau routier rayonne dans toutes les directions et atteint tous les districts, même les plus éloignés.

Au point de vue de la construction, la longueur totale des routes améliorées, qui était de 3,800 milles seulement il y a dix ans, a passé en 1930 à 13,652 milles, soit 41% de la longueur totale des chemins ruraux.

Au point de vue de l'entretien, le département de la Voirie a entretenu directement, en 1930, aux frais du gouvernement, une longueur de 11,950 milles, une augmentation de 17% sur l'année précédente. 1302 municipalités, soit 87% du total des municipalités de la province, ont bénéficié de cet entretien. Les 13% qui restent représentent en partie les cités et villes où la loi d'entretien est inopérante.

Les déboursés nécessités par la construction et l'entretien des routes dans la province représentent, en 1930, une somme globale de \$14,375,000. Ces dépenses considérables ont obtenu un résultat très pratique: elles ont amélioré la condition des cultivateurs en leur facilitant l'accès des marchés éloignés; elles ont aidé au développement du commerce et de l'industrie; elles ont enfin donné un essor considérable à l'industrie du tourisme, source d'immenses revenus dont bénéficie la majorité des citoyens de la province.

EN MARGE DE LA CRISE

Rien d'Absolument Anormal

En 1907, lors de la fameuse panique que tout le monde semble avoir oubliée, nous nous relevons les titres flamboyants qui suivent, parmi les plus saillants, dont se servaient alors les journaux :

Le New York Central ne paiera pas de Dividendes.

Les Directeurs de U. S. Steel, admettent que les affaires ont diminuées.

Il est rumeur que le Southern Pacific ne paiera pas de Dividendes.

Baisse générale des prix.

U. S. Steel à 30.

Tous les pays se dirigent fatalement vers le Socialisme.

Nous pourrions citer des pages de ces titres pessimistes que publiaient les journaux de 1907.

Lisez-les de nouveau et jubilez en songeant que nous ne sommes pas encore arrivé à la fin du monde. Mettez une sourdine à vos exacerbations pessimistes !

La nature humaine n'a guère changé depuis 1907 — vingt-quatre ans après.

Les immuables principes **d'action et de réaction** — de hausses et de dégringolades — n'ont pas changé non plus, ils existent encore, ils existeront toujours.

Et chaque fois que l'équilibre économique sera rompu, pour une cause ou pour une autre, il y aura des perturbations dans la cadence économique.

En dépit du perfectionnement de l'armature économique, de la rationalisation — nous devrions dire "taylorisation" car avant Taylor cette méthode raisonnée du travail était inconnue — en dépit de l'ingérence souvent intempestive de l'Etat, nous aurons encore des hauts et des bas, les cycles tendront plutôt à devenir plus fréquents parce que nous nous acheminons fatalement vers le socialisme qu'encourage et que développe notre socialisme d'état dont tous les grands partis sont responsables.

En 1929 on disait qu'il n'y avait pas de limite à la hausse ; en 1931 on dit qu'il n'y a pas de limite à la baisse.

Il y avait exagération en 1929 comme il y en a en 1931.

Les hausses et les baisses ont des limites.

Ces hausses et ces baisses ne sont pas anormales, elles ne se produisent pas sans causes, elles n'arrivent pas subitement.

Les leçons de la crise actuelle devraient nous prémunir pour l'avenir et nous permettre d'amoinrir les mauvais effets de la prochaine crise.

RAOUL RENAULT.

Les Ventes à Tempérament

CONTRAIREMENT à ce que nous devions nous attendre à cause de la dépression, les ventes "à la semaine" ont une tendance à augmenter, à tel point qu'il serait peut-être à propos, de la part des marchands-généralistes de la campagne, pour la vente d'articles de luxe, d'adopter ce système.

Mais, il exige des connaissances spéciales et une direction avisée. Il faudrait aussi qu'ils s'entendent avec une maison de finances pour absorber leurs ventes et leur fournir l'escompte, car les banques refusent, aujourd'hui, d'escompter ces effets commerciaux.

Sans doute, le nombre a-t-il dû être considérable des radios, des phonos, des automobiles, des lessiveuses électriques, etc., repris faute d'avoir été entièrement acquittés, mais les effets désastreux qu'on attendait de ce mode d'achat ne sont pas produits.

D'après le ministère du Commerce des États-Unis, les ventes à tempérament n'ont augmenté que de 9% durant le second semestre de 1930, et les pertes encourues n'ont été que de 2,9% sur un chiffre de crédit de quatre milliards. Il n'est pas moins étonnant d'apprendre que ce sont les marchands de meubles qui pratiquent le plus les ventes à terme, leurs affaires représentant 71,5 du total. Ces faits vont donc

à l'encontre de ceux qui soutiennent qu'un pareil régime ne bénéficie qu'aux industries de luxe, et qu'il occasionne des dépenses inutiles.

Les marchands-détaillants qui veulent progresser doivent suivre au jour le jour l'évolution qui se produit dans les méthodes de ventes. Il serait avantageux pour un bon nombre d'entre eux, particulièrement ceux qui sont établis dans des localités qui jouissent de l'éclairage électrique, d'ajouter à leurs lignes la vente de machines à laver électriques, de poêles électriques, d'accessoires de cuisines électriques, de réfrigérateurs électriques, de radios, etc.

Le Bureau Technique de notre magazine se tient à la disposition de nos lecteurs pour les conseiller et les diriger dans ce genre de commerce.

Le Vendeur Irréprochable

COMMENT un vendeur peut-il savoir quand il a fait tout ce qu'il peut et qu'il n'a rien à se reprocher ?

Selon nous, le vendeur a fait de son mieux quand il a : Rendu sa visite agréable; étudié la situation; obtenu l'attention du prospecté; répondu aux questions de celui-ci; éveillé chez le prospecté le désir de la marchandise; choisi le moment psychologique pour clôturer l'entretien.

Si un vendeur, ayant suivi ces six points, ne réussit pas à emporter une commande, il n'a rien à se reprocher.

Recensement des Établissements de Commerce et de Service 1931

ADATER d'août, le Bureau Fédéral des Statistiques fera, au moyen de formules expédiées par le Service Postal, le Recensement des Établissements de Commerce et de Service, basé sur les noms et adresses compilés dans le Recensement de la Population fait en juin.

Le but de ce Recensement est d'obtenir des renseignements compréhensifs sur la distribution des articles de commodité au consommateur. Il devrait fournir des informations très précieuses aux marchands, aux manufacturiers et à tous ceux qui composent la structure commerciale du pays.

L'on gardera le secret absolu sur les renseignements individuels obtenus, les officiers du Gouvernement qui les

recueillent étant sujets à de sévères sanctions s'ils révèlent ou dévoilent une partie. Ce Recensement ne se rattache à aucun autre Département du Gouvernement et on ne le fait que pour la compilation de statistiques. Il n'a rien à faire avec la taxation, ni avec aucune loi ou règlement municipal, ni avec aucun autre projet semblable.

Quand vous recevrez votre formule, remplissez-la et retournez-la nous promptement. C'est votre devoir, comme habitant du Canada, de répondre avec diligence et sincérité. Le Gouvernement a le pouvoir de contraindre les individus qui pourraient refuser de répondre à ces questions, mais il préfère de beaucoup accomplir ses fins par l'esprit de coopération entre le Département et le public commercial.

ÉMIS PAR LE

DÉPARTEMENT DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE — OTTAWA

LES BANQUES FONT-ELLES LEUR DEVOIR ?

Un journal canadien français a osé se demander, récemment, si la "compression" des banques était avantageuse.

Les nombreuses fusions qui ont été faites depuis quelques années n'ont sûrement pas été à l'avantage de la petite industrie et du petit commerce canadien-français.

Les banques, de nos jours, ne visent — à une ou deux exceptions près, en forçant peut-être trois — qu'aux grandes transactions, qu'à la grosse finance.

La Banque du Peuple, la Banque Jacques-Cartier, la Banque Nationale se sont effondrées parce qu'elles se sont "embarquées" dans de grandes entreprises dans lesquelles leurs directeurs n'ont pas vu clair.

Le miroitement des millions comme le miroir à allouettes a fait perdre la tête à la direction de ces petites banques canadiennes-françaises qui avaient été fondées pour aider le petit commerce et la petite industrie. Elles ont trouvé l'écueil qui les a fait sombrer, lorsqu'elles se sont aventurées par des détroits sinueux et accidentés, dans le "financement" d'entreprises établies sur de la vase et dirigées par des roitelets de châteaux en Espagne.

La tendance actuelle de nos banques s'oriente vers les monopoles, — monopoles de la finance, monopoles de l'industrie, monopoles du commerce de gros, monopoles du commerce de détail.

Où cela nous mène-t-il ?

A l'anarchie !

Les monopoles de l'Etat, les monopoles de la finance, les monopoles de l'industrie, les monopoles du commerce nous acheminent fatalement vers l'anarchie.

Si le consommateur, leurré par les avantages immédiats qu'il réalise, ne peut pas voir clair aujourd'hui, demain, sous le fardeau des contributions indirectes, il se réveillera comme un lion dévoré par les puces pour se débarrasser des tentacules qui l'enserrent.

Les réactions seront terribles !

L'attitude des banques favorise les consortiums.

On a déjà jeté le cri d'alarme au point de vue canadien-français, mais il est tombé dans le vide.

Il est à propos de signaler de nouveau le danger qui nous menace.

L'argent est puissant, la politique qui s'y acoquine est puissante aussi, mais la vague populaire est encore plus puissante, elle sera irrésistible.

CAVEANT CONSULES !

R. R.

N'oubliez pas la "SEMAINE DES ACHETEURS" du 7 au 12 septembre.

Pour renseignements s'adresser à "Les Affaires", 552, Première Ave., Québec.

RESCENCEMENT DES ETABLISSEMENTS DE COMMERCE ET DE SERVICE

Nous avons reçu bien des demandes de renseignements concernant le Recensement des établissements de commerce et de service qui se fait cet été comme supplément du Recensement décennal de la population. Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir publier le questionnaire suivant :

Qu'est-ce que le recensement des établissements de commerce et de service ?

C'est le recueillement de statistiques concernant le commerce de gros et de détail au Canada.

Pourquoi ce recensement sur notre système de distribution ?

Parce que les hommes d'affaires, y compris les marchands de gros et de détail, veulent avoir plus de renseignements sur le commerce intérieur du Canada.

Pourquoi plus de renseignements ?

Parce qu'ils fourniront des données qui aideront à solutionner quelques-uns des problèmes courants en matière de distribution.

Comment le détaillant peut-il en bénéficier ?

Ce recensement fournira au détaillant, sous la forme de données comparatives, la "mesure" par laquelle il pourra comparer son propre commerce avec le commerce global des marchands de la même catégorie dans sa propre localité ou ailleurs. Il pourra établir des comparaisons entre son propre commerce et les conditions moyennes en ce qui concerne des questions importantes comme les ventes, les employés, les marchandises en mains, les gages, les ventes au comptant et à crédit, etc. Grâce aux rapports provenant d'un tel recensement, il lui sera permis de comparer les activités des magasins en chaîne avec celles des magasins indépendants.

Comment le marchand de gros peut-il en bénéficier ?

Ce recensement fournira au marchand de gros les mêmes renseignements concernant le commerce de gros qu'au détaillant relativement au commerce de détail. En plus, il lui fournira plus d'informations sur les débouchés de détail et les possibilités de marchés que tout ce à quoi il peut avoir recours aujourd'hui.

En quoi sera-t-il profitable au manufacturier ?

Les données recueillies seront d'une grande assistance au manufacturier dans l'organisation de ses campagnes de ventes.

Le Gouvernement dévoilera-t-il les opérations des firmes prises séparément ?

Non. En vertu de la loi, personne autre que les employés assermentés du Bureau qui sont tenus au secret quant aux opérations d'un commerce ou l'autre en particulier, n'est autorisée à examiner les rapports individuels des marchands, et nulle information ne peut être ni ne sera donnée à aucun département du gouvernement, à aucune autorité, firme ou particulier, quant aux chiffres fournis par l'une ou l'autre des maisons d'affaires intéressées. **Les chiffres fournis ne serviront pas pour l'imposition de taxes.**

Quand ces rapports seront-ils disponibles ?

Les rapports préliminaires seront prêts pour la distribution peu de temps après la réception des rapports complets de TOUS les commerçants de gros et de détail. Ces rapports seront envoyés gratis à tous ceux qui en feront la demande.

Comment chaque marchand peut-il contribuer au succès de ce recensement ?

Il peut contribuer en remplissant complètement et exactement le questionnaire qui lui a été envoyé et en le retournant aussitôt que possible. Le fait que ce recensement peut lui être avantageux devrait le pousser à faire tout en son pouvoir pour fournir promptement les données complètes et exactes concernant son commerce.

Pour être content des autres, pour profiter des bonheurs, petits ou grands, qui sont à votre portée, la condition première est d'être d'abord, content de soi.

Aucun plaisir, fût-ce le plus évident aux yeux des autres, ne saurait être goûté par celui qui, ayant une tâche, ne l'a point remplie.

L'ASSURANCE LA MOINS COUTEUSE



Il n'est pas de foyer, d'établissements commercial, industriel ou financier où l'on n'ait de papiers, documents, valeurs à mettre en lieu sûr.

Nul endroit n'est plus sûr, moins coûteux, plus commode qu'un coffret de sûreté dans la voûte de votre banque. Vous pourrez y déposer :

Contrats de Société,
Bons de Garantie,
Polices d'Assurances,
Baux,
Actes et Hypothèques.

Les dames peuvent y confier :

Bijoux,
Souvenirs de Famille,
Lettre Intimes,
Certificats de Naissance,
Certificats de Mariage.

Tenure Conjointe

Deux ou trois personnes, en vertu d'une entente préalable, peuvent utiliser le même coffret, et jouir des mêmes privilèges qu'un individu, sans frais additionnels.

La Banque Provinciale du Canada

Qu'il vous plaise de mentionner notre Revue en passant vos commandes à nos annonceurs.—Merci !

Capacité de Gain Limitée à la Bière, Appétence pour le Champagne

N'EST-IL pas vrai que la majeure partie des gens qui se croient malheureux en ce bas monde provient du fait que la plupart de ces gens envient des choses qu'ils ne méritent pas si l'on met en ligne de compte ce que mérite leur application au travail, les efforts qu'ils font et les sacrifices qu'ils s'imposent pour réussir dans la carrière ou le métier qu'ils ont embrassé.

Ils mettent en oeuvre un pouvoir ou une faculté de gain qui ne leur permet de se procurer que de la bière, quelques-uns rien que de la "petite bière", tandis qu'ils ont de l'appétit pour du champagne.

En d'autres termes, ils ne savent pas, ou ne veulent pas, ou n'ont pas le courage de travailler fermement pour améliorer leur position.

Les sauvages à l'état primitif sont plus heureux qu'eux, parce qu'ils se contentent de peu. Ils savent cependant employer les moyens à leur disposition pour se procurer ce qu'ils veulent avoir.

Un homme civilisé est comme un enfant d'un an. Il veut s'emparer de tout ce qu'il voit. Il est entouré de toutes sortes de choses enviables. La publicité intense qui se manifeste sous toutes les formes excite ses désirs. Il voudrait se procurer tout ce qu'il voit mais la réalisation de ses désirs est restreinte. Et s'il est malheureux il ne doit, la plupart du temps, et en grande partie, s'en prendre qu'à lui-même.

Il n'a pas su prendre les moyens efficaces d'arriver à son but.

Lorsque l'on a un appétit pour du champagne, on n'a qu'une chose à faire, c'est de prendre les moyens de gagner assez d'argent pour nous permettre d'acheter du champagne.

Mais quels sont ceux-là, parmi la génération actuelle surtout, qui exercent leurs facultés vers leur développement, à

étendre leurs connaissances, à perfectionner leurs méthodes, à suivre les progrès et les évolutions du siècle, à se donner une formation qui les rendraient aptes à escalader l'échelle du succès ?

De nos jours la solide formation devient de plus en plus nécessaire, impérieuse, car tout autour de nous les compétences surgissent, s'affirment, supplantent les propres à rien. C'est Clifford Sharp, dans un vibrant article qu'il a publié récemment dans le *Sunday Express*, de Londres, qui a affirmé que dans cinq ans les incapables et les ankylosés, seront relégués au dernier plan.

Ne sont-ils pas nombreux les pauvres esclaves qui se contentent, depuis des années, du même salaire de famine et qui ne cherchent aucunement à améliorer leur situation ?

Il est vrai qu'il s'en trouve parmi ces pauvres hères qui ne possèdent aucune aptitude, mais au moins cinquante pour cent d'entre eux pourraient, s'ils en avaient le courage, améliorer leur position, augmenter considérablement leurs facultés de gain.

Il a été établi par des expériences faites depuis quelques années par les psychologues qu'une moyenne de dix pour cent seulement des cerveaux étaient développés. Si c'est là la véritable moyenne, le pourcentage d'un bon nombre doit être très bas. Ce sont les manoeuvres, les bûcherons, les gratteurs de rues, les hommes employés aux tâches ardues.

Et cependant celui qui n'a développé que dix pour cent de ses facultés cérébrales a presque toujours les mêmes désirs que celui dont les facultés sont développées à 50, 75 ou 80 pour cent.

Mais celui-là dont les facultés intellectuelles ne sont pas développées ne peut pas contenter ses désirs. Il est malheureux. Ceux qui n'ont pas de mauvais caractère souffrent sans trop maudire le sort, mais la plupart se laissent facile-

Les Pageants
 GRANDIOSES SPECTACLES HISTORIQUES ET FÉERIQUES
 3-12 SEPTEMBRE 1931
 EXPOSITION PROVINCIALE QUÉBEC

ment endoctriner par les doctrines subversives du socialisme, du communisme, du bolchévisme.

C'est pour cela que nous exhortons nos lecteurs, — les jeunes surtout — d'entraîner leurs cerveaux.

Il n'y a pas un homme qui n'ait pas quelque chose à vendre, qui n'ait pas à se faire valoir. Le prédicateur vend sa doctrine du haut de la chaire, l'avocat vend ses connaissances légales. L'homme de métier vend son habileté. Le comptable, l'employé de bureau, le petit commis lorsqu'ils offrent leurs services doivent savoir faire ressortir les connaissances qu'ils possèdent s'ils veulent obtenir le maximum de salaire.

Et ils doivent constamment viser plus haut, mais ils ne peuvent arriver à ce résultat qu'avec du travail, de l'étude, de la réflexion, de la persévérance et une légitime ambition.

Tout homme soucieux d'améliorer sa situation doit nécessairement concentrer son attention sur lui-même. S'il veut gagner plus, il faut de toute nécessité qu'il mette sa personne en valeur.

C'est clair comme de l'eau de cristal de roche, mais combien sont nombreux ceux qui, apparemment, n'ont jamais songé à considérer ce point de vue important de leur efficacité.

Entraînez votre cerveau tous les jours, recueillez-vous et faites travailler votre "génie", torturez-le au besoin. Développez votre personnalité, vos aptitudes. Étendez vos connaissances, concentrez-vous dans le métier ou la carrière de votre choix.

Si votre application soutenue ne vous permet pas de vous procurer tout ce que vous désirez légitimement posséder, nous vous assurons que vous aurez le plaisir et la jouissance satisfaites de vous en procurer une bonne partie, si vous faites les efforts nécessaires pour mettre votre personne en valeur.

Mais si vous travaillez machinalement, sans apporter à votre labeur l'application que toute tâche réclame, le "petit change" que vous posséderez sera limité à la bière ou à la "petite bière". Vous ne pouvez pas vous attendre que l'on vous serve du champagne pour le même prix: vous ne l'avez pas gagné, vous ne le méritez pas.

On dit, dans le langage populaire, qu'un homme est "né pour un petit pain" lorsqu'il ne réussit pas. Il n'y a pas de doute que même si tout le monde apportait le maximum d'attention, faisait le maximum d'efforts pour atteindre au succès, que tout le monde ne pourrait pas se placer au même rang ni obtenir les mêmes résultats, mais même ceux qui prétendent être "nés pour un petit pain" peuvent grossir leur "petit pain" par le travail et l'application.

Note. — Cet article a été inspiré par des commentaires de MM. Clifford Sharp et Herbert N. Casson.

Le Recensement des Etablissements de Commerce et de Service

DANS une autre page de la présente livraison, le Ministre du Commerce annonce au public que le questionnaire pour le recensement des établissements de commerce et de service sont postés en août, adressés à tous les marchands dont les noms et adresses ont été énumérés en juin. C'est une occasion unique offerte aux marchands de gros et de détail de tout le Dominion d'obtenir des statistiques d'ensemble sur l'étendue et la valeur de leurs activités. Ce recensement promet d'être d'un grand secours dans l'étude des problèmes de la distribution, tant au point de vue des intérêts du marchand individuel qu'au point de vue de tout le commerce.

Ce recensement commercial devrait recevoir l'endos le plus cordial de tous les marchands. Ils ne devraient ménager aucun effort pour remplir les formules d'une manière complète, exacte et rapide. Bien que la loi rende obligatoire de répondre aux questions, cela n'est pas une assurance de la plus grande mesure de succès. Il faut à ce recensement l'intérêt intelligent et soigné de tous les intéressés. Que chaque marchand, quel que soit le volume de son commerce, fasse sa part la plus complète pour ce recensement des établissements de commerce et de service et lui assure ainsi le succès le plus complet.

BOUTEILLE
DE 10 ONCES

\$ **1.15**

Aussi vendu en
bouteilles de
26 ONCES \$2.70
de 40 ONCES \$4.00

GIN HOLLANDAIS
IMPORTÉ AUTHENTIQUE

**Ce Gin Supérieur
DOIT Être Importé**

*Il faut que le Gin de Kuypers soit fabriqué
en Hollande pour donner cette fine saveur
et cette qualité qui lui ont conservé sa
célébrité depuis plus de quatre siècles.*

Gin de KUYPER

JOHN de KUYPER & SON, Distillateurs
Maison fondée en 1695 Rotterdam - Hollande 119

CHEZ LE MEDECIN

Au patient, qui veut un régime pour maigrir :

—Pour votre cas, dit le médecin, je vous prescrirai des feuilles de laitue sans huile d'olives et un verre de jus d'orange.

Le Patient.—Dois-je prendre cela avant ou après le repas ?

LA CONSIGNE

Voix féminine au téléphone.—Est-ce que mon mari est au club ?

Le portier.—Non, madame.

Voix féminine.—Mais je ne vous ai pas dit qui j'étais.

Le portier.—Peu importe, madame. Le mari n'est jamais ici quand une femme téléphone.

En Arrière du Comptoir



L'administration du magasin;
distribution des marchandises; publicité.

EN plus de posséder la science de vendre, le marchand qui veut réussir à écouler ses produits d'une manière profitable doit connaître certains principes fondamentaux et s'en tenir à ces principes qui sont :
1—Avoir le caractère et la compétence voulus pour faire de l'entreprise un succès.

2—Posséder un capital suffisant et savoir administrer prudemment le côté financier de l'organisation ;

3—Connaître à fond la nature de l'affaire, les mérites des produits vendus ainsi que la demande existant ou pouvant être créée pour ses produits ;

4—Entretenir dans un grand état de propreté l'édifice où les clients doivent se présenter pour acheter ;

5—Savoir choisir un poste stratégique — un endroit "passant" ;

6—Être en mesure de préparer les vitrines d'une façon attrayante et d'utiliser avec profit les décorations, les écriteaux colorés, les bulletins d'annonce, les étiquettes de prix, etc. ;

7—Pouvoir annoncer pour que "ça porte" ;

8—Posséder assez de connaissances en comptabilité pour calculer exactement le prix coûtant d'une marchandise et le profit qu'elle est susceptible de rapporter ;

9—Savoir acheter judicieusement ;

10—Avoir suffisamment de jugement et de psychologie pour conduire les commis et les autres employés du magasin ;

11—Connaître et savoir utiliser des moyens de transport économiques et rapides ;

12—Pouvoir faire une correspondance commerciale claire et concise.

Nous avons déjà traité ou nous traiterons une par une ces diverses qualifications. Pour aujourd'hui, nous allons aborder un sujet très opportun : les canaux qui servent à la distribution des marchandises.

CANAUX DE DISTRIBUTION

Avant le moyen-âge, le producteur vendait directement au consommateur. Il y a de cela bien longtemps car, dès qu'on s'est aperçu que les consommateurs



étaient pour la plupart ignorants, une foule de parasites, — les mercantis, — se sont acharnés à "scalper" un petit bénéfice sur la marchandise qui leur passait par les mains. De ces mercantis sont sortis les *courtiers en marchandises*; les *importateurs*; les *exportateurs*; les "jobbers"; les *comptoirs postaux*; les *marchands de gros* et les *marchands-détaillants*.

Grâce aux procédés mécaniques modernes et surtout à la publicité, la classe des producteurs est devenue très influente et elle a éliminé une bonne partie de ces intermédiaires pour vendre, autant que possible, directement aux consommateurs par l'intermédiaire des marchands-détaillants. Il n'y a plus guère que pour les marchandises d'importation que subsistent les courtiers en marchandises, les "jobbers" et les importateurs. Les comptoirs postaux alimentent les centres éloignés des grandes cités tandis que les marchands de gros s'occupent de la distribution dans les grandes villes et que les marchands-détaillants viennent directement en contact avec le public partout.

Bien que les manufacturiers ne vendent pas au détail, ils exécutent souvent les commandes données par malle lorsque l'acheteur ne peut se rendre au magasin de détail ou qu'il ne peut induire ses fournisseurs habituels à lui procurer l'article demandé. Cependant, la grande majorité des fabricants ne consentent pour aucune considération à vendre directement aux consommateurs et ils n'annoncent que pour amener les détaillants à acheter chez eux. Ces manufacturiers font leur publicité dans les périodiques spécialement destinés aux marchands-détaillants.

PUISSANCE DE LA PUBLICITE

Si quatre ou cinq catégories d'intermédiaires ont été éliminées entre le fabricant et le consommateur, cela est surtout dû à l'annonce, avons-nous dit. En donnant une marque à ses produits et en les annonçant à l'année, le producteur accomplit lui-même le travail que se réservaient jadis les intermédiaires, c'est-à-dire qu'il fait connaître et garantit ses produits dans les annonces qu'il publie, soit en son nom, soit au nom de ses détaillants. La route qui mène du pro-

ducteur au consommateur se trouve ainsi considérablement raccourcie et le produit arrive à destination sans avoir été trop majoré. En outre, le consommateur obtient des produits frais qui n'ont pas trainé pendant des semaines ou peut-être des mois dans les hangars.

Lorsque la demande venant du consommateur est forte et soutenue, entretenue grâce à la publicité, l'effort des détaillants pour faire connaître un produit quelconque se trouve moins nécessaire et la distribution peut être simplifiée grandement. Seule, la publicité peut créer dans le public une demande forte et soutenue.

Une marchandise non annoncée ne peut plus se vendre à l'année contre la concurrence des produits dont le nom apparaît journallement devant les yeux du public. Les détaillants peuvent avoir recours à divers stratagèmes: rabais de prix; styles populaires; qualité standard, etc., afin de stimuler les ventes, mais les produits non annoncés sont bientôt oubliés des acheteurs qui sont comme inconsciemment attirés vers le produit annoncé.

C'est le temps plus que jamais d'éveiller les acheteurs en les saisissant avec une publicité attirante qui, éventuellement, les obligera à acheter votre produit.—L.-A. B.

UN sourire sur les lèvres, un sourire dans la voix, un sourire dans les yeux, et vous deviendrez irrésistibles.

Votre intonation de voix donnera l'impression d'une personne posée, réfléchie, attentive et prévenante. Parlez lentement et distinctement, choisissez vos mots, évitez les expressions vulgaires et triviales. Prenez soin d'éviter la plus petite manifestation d'impatience ou de manque de respect. Soyez distingués: costume, langage, manières, gestes. Un sourire sur les lèvres, un sourire dans la voix, un sourire dans les yeux fera de vous tous des vendeurs et des vendeuses irrésistibles.—J. E. B. dans "Le Duprex".

L'ACADEMIE COMMERCIALE DE QUEBEC

fondée en 1862 et affiliée à l'Université Laval en 1928, donne une culture générale aux futurs hommes d'affaires.

Un cours préparatoire pour les enfants de 7 ans ou plus :

Un cours primaire — programme du Département de l'Instruction Publique :

Un cours secondaire: de 6 ans.

Un cours supérieur de commerce (Experts-Comptables, C.G.A.):

Un cours commercial abrégé de 2 à 3 ans.

L'Anglais est enseigné par des Professeurs de langue anglaise.

"Les meilleurs candidats aux examens de l'Association Générale des Comptables du Canada, viennent maintenant de votre maison".

M. Louis-Philippe Morin, C.P.A., C.G.A., au Frère Directeur de l'Académie.

Un Efficace Programme d'Action

Les Industriels Américains s'Organisent pour Combattre la Crise



SOUS les auspices de l'organisation technique de McGraw Hill Publishing Company les industriels américains ont soumis récemment un efficace programme d'action collective sous le titre de: *A Platform for American Business*.

Ce programme d'action est dirigé contre la crise actuelle, mais il est aussi et surtout dirigé contre le retour de semblables déséquilibres économiques.

Ils font appel à tous les industriels et à tous les hommes d'affaires sans pour cela se tourner vers les gouvernements pour leur demander du secours. Cependant, ils ne manquent pas de déterminer le rôle que l'État doit assumer. Leurs suggestions se résument comme suit :

Intervenir aussi peu que possible.

Se dispenser d'entrer en concurrence avec l'industrie.

Apporter le plus grand souci d'économie dans les dépenses publiques.

Ils appuient fortement sur l'importance de la coopération de tous les groupements industriels, commerciaux et financiers. Ils attachent une portée efficace, — comme nous l'avons fait voir dans l'article que nous avons publié dans notre dernière livraison, — à la bonne entente qui doit exister entre le capital et le travail.

Cette propagande des industriels américains ne peut manquer d'intéresser un bon nombre de nos lecteurs, comme elle a intéressé plusieurs techniciens du commerce et de l'industrie en Angleterre, en France et en Allemagne. C'est pourquoi nous croyons devoir reproduire intégralement la traduction de ce plan de campagne qu'en a fait M. Gaston Ravisse dans une des dernières livraisons de l'excellente revue d'organisation industrielle et commerciale "*Mon Bureau*".

Sans plus de préambule nous reproduisons textuellement la traduction de M. Ravisse.

SUGGESTIONS PRATIQUES pour la préparation d'un PROGRAMME de PREVISIONS à LONG TERME à l'USAGE des ENTREPRISES en vue de PREVENIR les CRISES.

I. PREVISIONS A LONG TERME.

A. Abandonner définitivement la période annuelle comme base des prévisions et du contrôle des affaires, excepté en ce qui concerne le budget comptable.

(Corollaire).—Avoir une politique d'affaires et faire des prévisions, autant que possible, pour une période de trois ans et même davantage.

B. Se placer du point de vue du consommateur pour déterminer :

Analyse

des Affaires

- (1) Quels sont les produits actuellement existants qui doivent être remplacés, modifiés, améliorés ou simplifiés.
- (2) Quels nouveaux marchés peuvent être conquis avec ces produits améliorés.
- (3) Quels nouveaux produits peuvent être logiquement ajoutés aux anciens pour satisfaire le marché actuel et conquérir de nouveaux marchés.

Des crédits suffisants pour cette étude doivent être prévus pour une période suffisamment longue et permettre sa poursuite sans interruption. (Certaines compagnies imputent ces crédits au compte capital, exactement comme elles le feraient du prix d'un brevet ou d'une nouvelle construction).

N'oubliez pas la "SEMAINE DES ACHETEURS" du 7 au 12 septembre.

Pour renseignements s'adresser à "Les Affaires", 552, Première Ave., Québec.

C. Faire intervenir ces mêmes prévisions à long terme dans le contrôle des ventes, ce qui implique des méthodes modernes de distribution. L'établissement d'un budget du service des ventes et une politique des prix de vente. Pour cela :

Contrôle des Ventes.

(1) Réviser les méthodes de distribution en usage et de service en vue de les conformer au mieux des intérêts de la clientèle.

(Exemple: établissement pour le détail de rayons de ventes par correspondance).

(2) Préparer des prévisions de ventes par produits et par marchés sans oublier de tenir compte de la concurrence. Les institutions de recherches spécialisées ont démontré que les prévisions de ventes bien faites peuvent être exactes à 2 ou 3% près pour une année à l'avance et entre 5 et 15% pour trois années à l'avance.

(3) Connaître les prix de revient et arrêter la vente en cas de perte. S'en tenir à des prix minimum de vente basés sur les prix de revient de production. (L'histoire des affaires montre que toujours la prospérité a suivi les entreprises, petites ou grandes, qui ont eu le courage de se contenter d'un prix de vente minimum pourvu qu'il assurât un bénéfice).

(4) Etablir le plan d'organisation des ventes, le programme des ventes et de publicité pour une période d'au moins 3 ans.

D. Régler la production de la manière la plus uniforme possible compatible avec les possibilités de ventes précédemment déterminées.

Modernisation de la Production.

(1) Ne pas hésiter à moderniser ou à remplacer tout moyen de production existant qu'il s'agisse d'immeubles, d'équipement d'atelier ou de bureau, ainsi que de méthodes, chaque fois qu'il est possible d'obtenir par ce moyen une réduction du prix de revient et une plus grande souplesse de production. (Les grands magasins, les banques et les bureaux ont comme les industriels un problème de production à résoudre).

(2) Ne pas développer les moyens de production dans l'espoir que l'augmentation de la production fera baisser les prix de revient, mais seulement quand le budget de prévisions à long terme montre la nécessité de semblables développements.

(3) Fixer un programme d'achats de matières premières, fournitures et équipements en tenant compte des conditions du marché et du programme de production établi pour une période de trois ans et passer les marchés aussi longtemps à l'avance qu'il est pratique de le faire.

E. Stabiliser les finances de l'entreprise. De tout ce qui précède, il résulte que le fonds de roulement nécessaire pour la main-d'oeuvre et les matières premières, et le capital social nécessaire pour le développement et l'expansion, peuvent être déterminées avec une précision suffisante pour toute la période de prévision à long terme.

Politique Financière.

(1) Ne jamais faire un appel permanent aux banques sauf dans le cas d'emprunts à court terme pour les besoins du fonds de roulement (pour permettre un paiement partiel de matériel, etc., précédemment accepté, comme il est de saine pratique commerciale).

(2) S'il est nécessaire d'augmenter le capital, il faut le faire par l'émission d'obligations ou d'actions selon que l'une ou l'autre forme est la plus avantageuse.

(3) Investir les disponibilités en papier commercial à court terme ou en bonnes obligations et surtout éviter toutes spéculations.

Toutes les entreprises américaines sainement conduites ont adopté semblable politique financière.

Il ne suffit pas d'encourager le COMMERCE LOCAL, il faut aussi favoriser de toutes manières L'INDUSTRIE DE CHEZ NOUS.

LA CIE
F. X. DROLET
QUEBEC

INGENIEURS - MECANICIENS
Fondeurs d'Acier, Fonte, Cuivre et Aluminium

SPECIALITE :—Ascenseurs Modernes à Passagers ou à Marchandises, Bornes-Fontaines, Pompes, Réchauds,
Rectification de Cylindres, Soudure Electrique: les plus puissantes machines du district.

206, RUE DU PONT,

Tél. 2-6050

II. Coordination des efforts particuliers avec ceux de l'Industrie ou du Commerce.

A. Le succès du plan à long terme d'une affaire particulière est accru et assuré quand une même politique est suivie par toutes les entreprises de la même industrie.

(Corollaire 1).—Aider et prendre part active dans le développement de l'industrie ou du commerce auquel appartient l'entreprise.

- (a) En mettant en commun les renseignements relatifs aux prix de revient, aux stocks, à la production, à la capacité de production et aux conditions du marché.
- (b) En échangeant les informations relatives au crédit.
- (c) En développant les règles de bonne pratique commerciale.
- (d) En tirant tous les avantages possibles des moyens légaux de coopération.

(Corollaire 2).—Coopérer à l'établissement de standards d'emploi de la main-d'oeuvre, de salaires et d'appointements en usage dans votre industrie. (La main-d'oeuvre est particulièrement sensible aux avantages que lui procure une affaire dont le plan à long terme assure la stabilité de l'emploi).

III. Développement de la Prospérité Nationale.

A. Les bénéfices d'une affaire moderne dépendent non seulement de sa propre activité, mais sont soutenus par la stabilité des affaires dans le pays. C'est une nécessité vitale pour chaque entreprise particulière de contribuer à la stabilité nationale et au maintien de son pouvoir d'achat par :

Stabilisation du Pouvoir National d'Achat.

- (1) Une bonne politique d'emploi de la main-d'oeuvre.
 - (a) Fixer un minimum de dépenses de salaires basé sur le programme de production et de ventes et considérer ce minimum de dépenses de salaires comme une charge fixe pour l'entreprise. (Exemple: Plan de Procter et Gamble).
 - (b) Maintenir une échelle de salaires et d'appointements permettant un haut standard de vie et par conséquent de pouvoir d'achat.
 - (c) En périodes de crise, conserver à l'organisation son personnel entraîné en réduisant le nombre des heures de travail par individu plutôt que de réduire le nombre des employés.
 - (d) Avoir toujours une réserve suffisante de fonds pour assurer la sécurité du personnel aux époques de production réduite.

- (2) Une politique des dividendes.
 - (a) Résister à la tentation de payer des dividendes exagérés en temps de grande prospérité. Mais au contraire mettre en réserve les gains inusités et ne pas hésiter à utiliser cette réserve dans les mauvais jours afin de ne pas amener de perturbations dans le pouvoir d'achat national en supprimant les dividendes. (Exemple: Politique de l'U. S. Steel Corp.).

(3) Une politique des dépenses pour l'année 1931.
Les affaires ne peuvent pas revenir à leur état normal avant qu'au moins pendant une année on ait remis en circulation de l'argent neuf dans la proportion de \$300 par personne employée en plus de ce qui a été dépensé en 1930. Si on veut revenir à une situation normale il faut que chaque employeur accepte de supporter cette charge. Là où le volume des affaires ne peut utiliser cet accroissement sous la forme de dépenses de fabrication, l'argent doit être investi en dépenses de capital, modernisation, recherches pour le développement, nouveaux brevets, etc.

B. Chaque entreprise est dans la nécessité d'aider au développement des ressources régionales et nationales.

Développement des Ressources Nationales.

(Corollaire 1).—Encourager et coopérer à la coordination et au développement de la région économique dans laquelle vous êtes situé en contribuant aux programmes établis en vue du développement agricole, commercial, industriel de la communauté. (Exemple: le Conseil de la Nouvelle Angleterre).

(Corollaire 2).—Aider dans leur tâche les Institutions nationales qui ont pour but l'amélioration des conditions morales des affaires, le développement des standards élevés dans l'administration commerciale, industrielle, financière et politique du pays, et la simplification des lois régissant les affaires. (Exemple: Chambre de Commerce des Etats-Unis).

N'oubliez pas la "SEMAINE DES ACHETEURS" du 7 au 12 septembre.

Pour renseignements s'adresser à "Les Affaires", 552, Première Ave., Québec.

IV. Soutien des Affaires dans le Monde.

Il est probable que le plus grand marché en puissance pour les produits américains présents et futurs se trouve dans ce champ extérieur représenté par la différence actuelle entre le niveau de vie du peuple américain et celui d'un milliard et demi d'habitants de beaucoup d'autres pays étrangers. Tout léger accroissement dans le niveau de vie de ces immenses populations apportera un bénéfice immédiat aux fabricants américains, comme étant les plus grands producteurs de ces produits qui contribuent à plus de confort et à un travail moins pénible.

A. Soutenir les études en commun et l'établissement d'une politique mondiale des affaires en s'intéressant aux organisations internationales d'affaires sur des sujets tels que :

**Coopération
Internationale
dans le
Domaine
des Affaires.**

- (1) Tarifs mondiaux.
- (2) Règlements commerciaux.
- (3) Mouvement international des capitaux.
- (4) Dettes de guerre et réparation.

B. Favoriser l'uniformité dans la pratique commerciale étrangère en encourageant les échanges de vues entre industries organisées.

“Lève-toi et marche”

L'HISTOIRE sainte nous parle d'un paralytique qui était moins malade qu'il ne le croyait. Son affection était plus morale que physique.

Le Maître lui dit: “Lève-toi et marche”. Il se leva. Il marcha.

Le miracle s'était accompli...

Beaucoup d'hommes d'affaires sont alités en ce moment. Ils se croient paralytiques. Ils poussent des plaintes amères.

C'est leur état d'esprit qui est malade. Voilà tout. Lorsque l'esprit d'un homme est peuplé de craintes, il devient un “invalidé d'affaires”. La crise est entrée en lui, comme le brouillard peut entrer dans une maison. Nous voudrions lui dire, en empruntant les paroles du Christ: “Lève-toi et marche”.

Le Miracle s'accomplirait aussi.—*L'Efficiencie.*

Atelier 4-4521

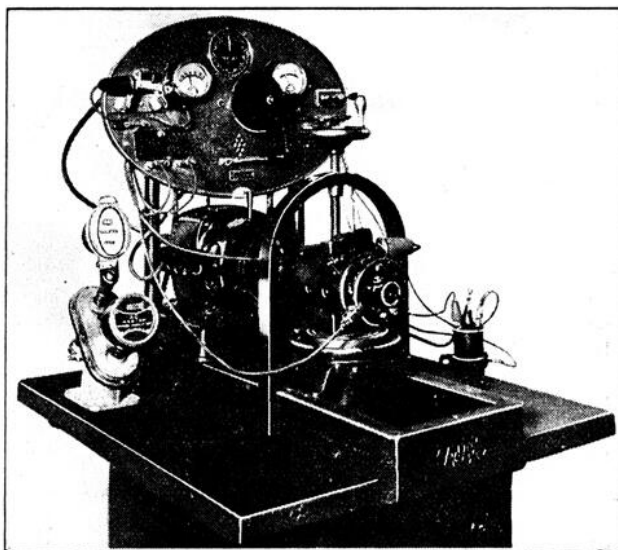
AUTO ELECTRIQUE SERVICE

Tél. Rés. 6622

MARCEL ROCHETTE, Prop.

80, RUE ST-FRANÇOIS

Spécialité :
Rép. de
Générateur
Démarreur
Moteur
Magneto
Distributeur
Speedomètre
Pompe à Gaz
Etc.



Station
de
Service
Delco - Remy
North - East
Auto - Lite
Owen Dyneto
Motometer
Klaxon
Love - Joy

La vignette ci-dessus représente une de nos machines à éprouver toutes parties électriques.

LE MORATORIUM HOOVER

HOOVER, que les sectaires éliaient président des Etats-Unis contre Alfred E. Smith parce que ce dernier est catholique, semble aujourd'hui vouloir appliquer aux relations entre nations les principes énoncés par le Saint-Père comme moyen de remédier à la crise que nous subissons.

Mais avec la rudesse qui caractérise les siens compatriotes il y est allé trop brusquement et son "plan" pourrait de ce fait subir un échec: la délicatesse n'est plus de ce monde, dit-on en certains quartiers et son absence, en mainte occasion, fait avorter des mouvements en eux-mêmes fort recommandables.

Les banquiers de Wall street ont reconnu la sagesse des enseignements du chef de la catholicité; mais il n'ont pas voulu paraître les adopter tout en en profitant. Exerçant leur pouvoir sur le premier magistrat du pays, ils l'ont pour ainsi dire forcé à se prononcer, sachant bien que l'exemple partant de haut serait suivi par la masse; prenant pour eux le crédit d'une intervention directe dans le domaine économique alors que le mérite en revient à Pie XI dont le ministère sacré l'empêchait de s'aventurer trop sur le terrain de la politique internationale.

En effet, ce moratorium, avec les modifications que proposent d'y faire les nations habituées à ne pas compter simplement pour elles, est peut-être le meilleur remède que l'on ait encore suggéré pour vaincre la dépression actuelle. Il doit mettre comme une sourdine à l'effervescence populaire, faire renaître la confiance; par là activer le commerce qui donnera ensuite, et tout naturellement, un regain de vigueur à l'industrie. Mais pourquoi s'avancer, comme l'a fait Monsieur Hoover, et déclarer d'une façon tranchante: "Voilà ce qu'il faut et nous n'en démordons pas?"

Comparez avec l'attitude de la France. Et vous saisirez de suite la différence entre la manière d'agir des parvenus et celle des plus expérimentés à qui la tradition a enseigné à procéder avec pondération. Il existe évidemment une noblesse des nations et on n'y atteint qu'avec les années; le succès et la richesse peuvent lui donner plus de lustre, mais elles ne sauraient créer de "nouveaux chevaliers".

Habilement présentée, comme auraient pu le faire les hommes d'Etat européens, cette proposition, peut-être motivée par l'intérêt plutôt que par le désir de faire oeuvre humanitaire, eut probablement été acceptée d'emblée par tous. Et les souffrances qu'amènent les retards apportés à son adoption eussent ainsi été évitées. Apprendra-t-on un jour chez nos puissants voisins à faire de la philanthropie pour d'autres raisons que de s'attirer de la réclame et à ne pas toujours dieter aux autres puissances ce qu'elles doivent faire pour assurer la prospérité de la Grande République? Ce jour arrivé, puisque c'est elle qui commande par sa ri-

chesse, on verra une meilleure entente régner de par le monde. Et cette attitude du plus fort fera plus pour la paix universelle que toutes les conférences de désarmement passées et à venir.

Je fais un rapprochement maintenant entre mon article du mois dernier — écrit avant la publication de l'encyclique — et la proposition Hoover. Je demandais aux maîtres de la finance de consentir à une diminution de leurs dividendes afin de permettre la dissémination de la richesse. Le président Hoover propose un moratorium qui assurera la plus libre circulation de l'argent dans les pays pauvres. Je disais que le soulagement de la classe pauvre ne pourrait qu'amener un regain d'activité dans l'industrie; Monsieur Hoover, par son "plan", veut, dit-il, tendre une planche de salut aux industries agonisantes des pays étrangers — gros clients du sien —; je demandais plus de considération pour l'ouvrier, pour les humbles en somme; il prétend que l'on devrait se montrer moins sévères pour les vaincus.

Je n'ai pas la prétention de croire qu'il a été inspiré par mon article — qu'il n'a certainement pas lu —; mais j'en reviens aux enseignements du chef de la catholicité qui eux, interprétés à sa façon par le maître des destinées américaines, ont certainement influencé son action. Il s'est trouvé que je m'accordais, moi aussi, avec le Pontife Suprême. Je ne crois pas que ce soit pur hasard. Mon éducation, guidée par ceux qui reçoivent leur direction de Rome, m'avait tout naturellement porté à un raisonnement en accord avec les conseils donnés dans l'encyclique papale.

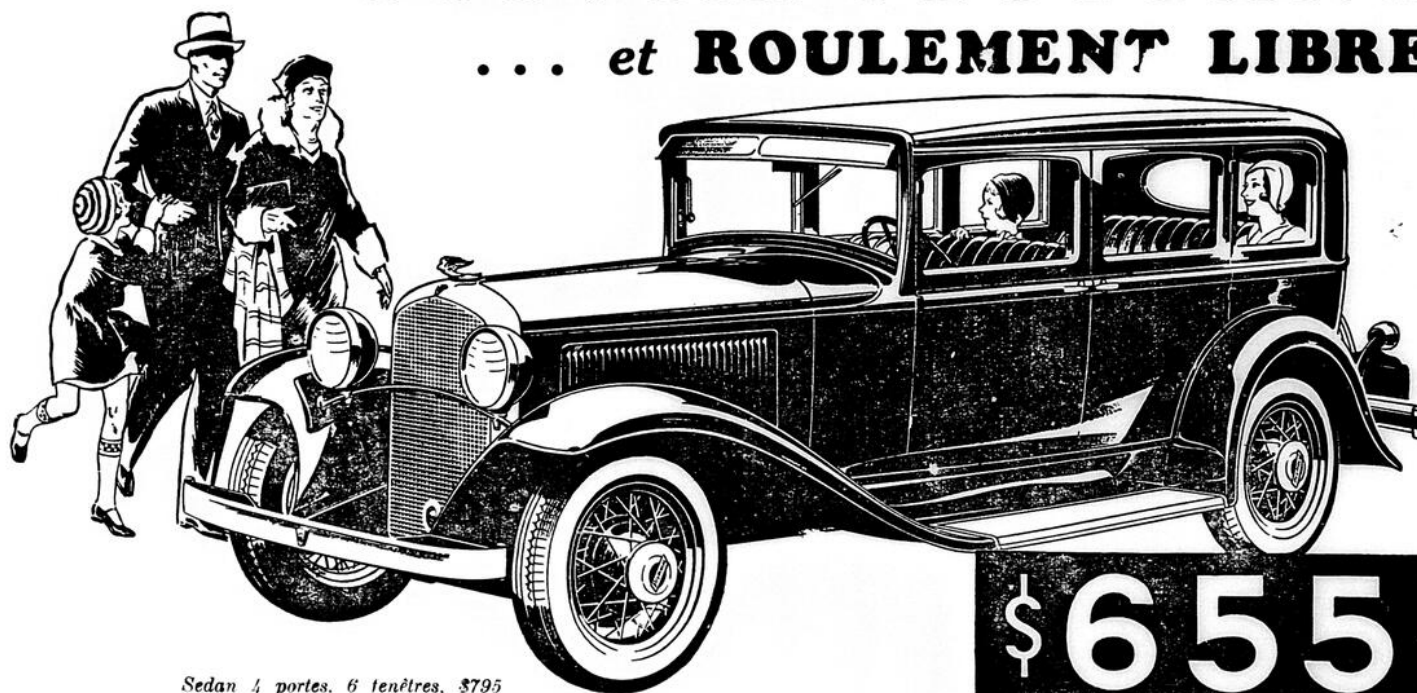
Et je conclus: les Etats-Unis étant le pivot sur lequel tourne aujourd'hui la prospérité du monde, ne peut-on supposer que s'ils s'étaient choisis un autre chef en 1928, s'ils avaient élu à la présidence un homme imbu de principes puisés dans une "saine" éducation chrétienne, ils auraient plus tôt songé à apporter un soulagement aux misères de tout l'univers?

Simple hypothèse, me dira-t-on. Et pourtant la marche des événements, la tournure qu'ont pris les développements politiques au cours du mois de juin ne sont-ils pas plutôt des faits probants que tel eut été le résultat de l'élection de Smith? Je laisse de côté le mérite des deux hommes en ce qui regarde les services rendus à leur propre pays, car je ne veux pas émettre d'opinion sur la valeur de la politique fiscale des deux grands partis qui se disputent le pouvoir de l'autre côté de la ligne 45e.

G. VECU.

Les "prix coupés" ne sont jamais coupés assez ras pour ne pas "raser" en même temps le client qui, souvent, ne s'expose pas une seconde fois à être tondu.

LE SOUPLESSE D'UN HUIT -- L'ECONOMIE D'UN QUATRE
NOUVEAU PLYMOUTH
 FABRIQUE AU CANADA
POUVOIR FLOTTANT
 ... et **ROULEMENT LIBRE**



Sedan 4 portes, 6 fenêtres, \$795

\$655

et plus 1 à b. Windsor, Ontario comprenant
 cinq roues de broche et l'équipement réglé de
 la fabrique (fret et taxes en plus)

UN DEFI
UNIVERSEL AUX AUTOS A BAS PRIX

LE Nouveau Plymouth représente le défi que les ingénieurs de génie de Chrysler Motor lancent contre les autos qui se vendent, dans le monde entier, aux prix les plus bas.

permet de glisser à travers le trafic. Vous pouvez changer toutes les vitesses d'avant sans désembrayer.

Le Plymouth défie par sa nouvelle Trans-

la plus grande sécurité mais toujours exempte de vibration.

Le Plymouth défie par son ampleur—c'est l'auto le plus spacieux dans la classe des

L Nouveau Plymouth représente le défi que les ingénieurs de génie de Chrysler Motor lancent—c'est les autos qui se vendent, dans le monde entier, aux prix les plus bas.

"Pouvoir Flottant"—La nouvelle découverte dans le Plymouth élimine la vibration des quatre cylindres—elle défie par la souplesse flottante de sa puissance, tous les anciens quatre cylindres et les six cylindres vendus à bas prix.

Le Pouvoir Flottant réalise réellement la Souplesse d'un Huit et l'Economie d'un Quatre.

Le Plymouth défie par son moteur de 56 chevaux-vapeur au rein, qui donne de 65 à 70 milles à l'heure, tel qu'il a été établi avec des compteurs-records, et une accélération à 40 milles à l'heure en 9.7 secondes.

Le Plymouth défie par son Roulement Libre — cette agréable caractéristique qui vous

permet de glisser à travers le trafic. Vous pouvez changer toutes les vitesses d'avant sans désembrayer.

Le Plymouth défie par sa nouvelle Transmission à changements faciles. Vous pouvez sauter rapidement de la seconde à la grande et de la grande à la seconde à une vitesse de 45 milles à l'heure sans faire claquer vos engrenages, même si le Roulement Libre est déclenché.

Le Plymouth défie par ses freins hydrauliques imperméables, à expansion interne et à ajustement automatique—les plus sûrs et insurpassables pour la sécurité et la douceur qu'ils offrent.

Le Plymouth défie par son châssis doublement surbaissé—un trait qui contribue à abaisser le centre de gravité et que l'on ne rencontre que dans les autos dispendieux.

Le Plymouth défie par sa scientifique carrosserie tout en acier—offrant non seulement

la plus grande sécurité mais toujours exempte de vibration.

Le Plymouth défie par son ampleur—c'est l'auto la plus spacieuse dans la classe des autos à prix modérés.

Le Plymouth défie par ses lignes, toutes nouvelles—une beauté captivante.

La supériorité du Plymouth invite votre attention. Voyez-le. Conduisez-le. Essayez-le.

"Construit au Canada, pour les Canadiens"

Nouveaux prix réduits—Routière d'Affaires, \$655; Routière (avec siège d'urgence) \$760; Coupé d'Affaires, \$715; Coupé (avec siège d'urgence) \$775; Coupé Convertible \$825; Sedan à 4 portes \$795; Tous ces prix 1. à b., Windsor, Ontario, comprenant cinq roues de broche et équipement régulier de la fabrique (fret et taxes en plus).

V O Y E Z L E N O U V E A U P L Y M O U T H E X P O S E

LE DODGE FAIT AU CANADA POUR LES CANADIENS

MORISSET & FRERE
316 RUE ST. JOSEPH. QUEBEC TELEPHONE 9237

ACHETEZ LES AUTOS CANADIENS POUR SUPPORTER LE TRAVAIL CANADIEN

MORISSET, LIMITÉE
21-23, RUE WELLINGTON
SHERBROOKE

LES
REMEDES DU D^R HERVAY SONT EN USAGE
 DEPUIS 30 ANS

Ils sont vendus dans tout le Canada et les Etats-
 Unis, des milliers de familles les emploient
 avec la plus grande satisfaction.

Ils sont fabriqués sous la surveillance d'un médecin,
 par des pharmaciens distingués.

Chaque remède contient les drogues et les ingréd-
 ients les plus purs.

Ils sont fabriqués dans des laboratoires vastes,
 hygiéniques, d'une propreté minutieuses,
 bien éclairés et ensoleillés.

Quand vous vendez un produit portant le nom du
 DR HERVAY vous avez ce que la science,
 l'expérience et l'argent peuvent produire
 de mieux.

EXIGEZ TOUJOURS LA SIGNATURE

THE HERVAY CHEMICAL COMPANY, LIMITED

SAINT - BASILE, QUE.

*\$1.50 un mois de
 traitement*
le TONIQUE PULMO
*Pour -
 personnes pâles
 et faibles est un
 produit du Dr Hervay*

Le nom du -
Dr Hervay ★
*sur un produit Pharmaceutique
 signifie -
 QUALITÉ & PURETÉ*

*Demandez à votre
 Pharmacien*
**L'ELIXIR D'EXTRAIT DE FOIE
 DE MORUE**
*sans goût du
 Dr Hervay*
Excite la jalousie des ses compétiteurs

Les Lignes qui vous Donnent les Meilleurs Profits

LES magasins généraux de la campagne doivent garder constamment un bon assortiment des divers articles que le public réclame.

Parmi ces articles il en est qui offrent de bons profits. Parmi ceux-là nous signalerons les médecines brevetées et les produits pharmaceutiques.

Mais vous devez faire un choix judicieux parmi les nombreuses marques qui vous sont offertes et vous devez aussi, de préférence, encourager les produits qui sont préparés dans la province de Québec, par des maisons canadiennes-françaises.

Faites un inventaire de votre stock et ré-assortissez-vous pour le commerce d'automne.

Vous trouverez une ligne complète de médecines brevetées très populaire et de produits pharmaceutiques de choix, garantis absolument, ainsi que des parfums, des eaux de toilette, etc., à la Hervay Chemical Company de St-Basile, P.Q.

Demandez leur liste de prix.

Cette Compagnie est établie depuis plusieurs années, elle est sous la direction d'un médecin canadien-français d'une longue expérience et de chimistes expérimentés. Elle a mis sur le marché des préparations de mérite. Signalons en quelques-unes :

Tonique Pulmo du Dr Hervay, incomparable pour les personnes pâles, faibles et convalescentes.

Baume Analgésique du Dr Hervay.

Elixir d'huile de foie de morue du Dr Hervay.

Sirop de Pin blanc du Dr Hervay.

Sirop Rhumola du Dr Hervay.

Vin, Fer et Bœuf du Dr Hervay.

Vin Elixir Tonique du Dr Hervay.

Remèdes Interprovinciaux pour les chevaux.

Et plusieurs autres remèdes brevetés qui ont reçu, depuis plusieurs années, l'approbation du public à cause des résultats qu'ils ont donnés.

En outre, plusieurs produits pharmaceutiques sont préparés ou emballés par la Hervay Chemical Company, tels que :

Aspirin, Ammoniaque, Acide borique, Alcool camphré, Castorinol, Créoline, Cachets pour le mal de tête, Emplâtres, Glycerine, Huile castor, Huile camphrée, Liniment, Onguent

eczéma, Parégorique, Pain Relief, Pilules Blaud, Poison à rat, Poudre à insectes, Peroxide, Vaseline, etc., etc.

Ainsi que les préparations suivantes pour la toilette :

Bay rum, Poudre de talc, Parfums de choix, Lotions, Eau de Cologne, Crèmes, Eau de rose, Witch Hazel, etc., etc.

Tous les produits portant le nom du Dr Hervay sont positivement garantis et sont vendus avec la condition que l'argent sera remis s'ils ne remplissent pas les fins pour lesquelles ils sont vendus.

Ils ont acquis dans toute la province de Québec, et même dans les provinces maritimes et dans l'Ontario, une réputation enviable que les compagnies concurrentes s'efforcent à enrayer par toutes sortes de fausses représentations.

Demandez la liste de prix sans retard, commandez un assortiment et vous serez en position de satisfaire pleinement votre clientèle, ce qui ne manquera pas de vous attirer de nouveaux clients.

C'est le conseil que je vous donne.

JEAN TERRIEN,

marchand-général,

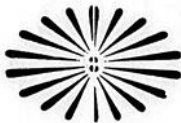
Ste-Rose-de-Lima.

Le Commerce de détail s'est amélioré

DEPUIS le mois de mars, le commerce de détail s'est amélioré depuis le mois de février. La progression est même plus sensible qu'à l'époque correspondante de 1930.

L'indice des ventes de chaussures s'est élevé de 59.0 à 76.1, celui de la confection de 68.0 à 106.2, celui des produits pharmaceutiques de 87.7 à 93.1, celui des magasins à rayons de 88.6 à 104.9. L'indice de l'épicerie et de la boucherie a aussi monté. En fait, on n'en trouve que deux qui ont fléchi, ceux de la confiserie et des instruments de musique. Le plus stable, le seul qui soit supérieur à celui de 1930, est l'indice des magasins à rayons et à succursales multiples. Les grandes ventes à rabais en sont l'explication.

LES PRODUITS DU
Dr Hervay
sont connus d'un océan à l'autre—Ils sont une réclame pour le Québec—150 PRODUITS.
Demandez-les à votre pharmacien



Si votre pharmacien
n'a pas les PRODUITS DU
Dr Hervay Allez-
aux PHARMACIES du D'HERVAY

Impressions : Nous pouvons vous épargner de l'argent et des ennuis si vous nous consultez pour vos impressions. — OFFICE QUEBÉCOIS DE QUEBÉCOIS DE PUBLICITE, 552-554, Première Avenue, Québec. — Téléphone 4-4802.

DES LETTRES DE REMERCIEMENTS

DES LETTRES DE RAPPEL

DES LETTRES DE VENTE

DES LETTRES CIRCULAIRES

DES LETTRES DE PROMOTION

LORSQU'ELLES



sont bien faites, bien rédigées, bien imprimées, surtout si elles sont imprimées au Multigraph, au ruban, imitation parfaite de la machine à écrire, sont sûrement profitables.



C'est le mode le plus efficace, le moins dispendieux, le plus direct de l'annonce, de la publicité.



C'est aussi le mode le plus flexible, celui qui se prête le mieux à n'importe quel genre de commerce, petit, modeste ou gros.



Il n'y a pas un seul marchand, un seul homme d'affaires, un seul industriel qui ne puissent pas tirer des avantages profitables de l'annonce directe par lettres.



Nous pouvons vous faire des suggestions qui ne manqueront pas de vous intéresser sans vous engager à rien.

OFFICE QUEBECOIS DE PUBLICITE

552-554, PREMIERE AVENUE

QUEBEC

TEL. 4-4802

Sous la direction de RAOUL RENAULT, rédacteur en chef de ce Magazine.

Vocabulaire Anglais-Français du Commerce et de l'Industrie (1)

(Suite)

Letter-envelope.....	Lettre-enveloppe.
Letter-heads.....	En-têtes de lettres.
Letter of advice.....	Lettre d'avis; lettre d'envoi.
Letter of credit.....	Lettre de crédit.
Letter of introduction.....	Lettre d'introduction.
Letter of recommendation.....	Lettre de recommandation.
Letter opener.....	Ouvre-lettre; ouvre-courrier.
Letter paper.....	Papier à lettres.
Letter press.....	Presse à copier.
Letter rack.....	Classe-lettres.
Letter register.....	Registre du courrier.
Letter scale; postal scale.....	Pèse-lettres.
Letter sorter.....	Classeur du courrier; classeur-trieur.
Letter tray.....	Corbeille à correspondance.
Liabilities.....	Dettes; engagements; charges
Liable.....	Responsable; sujet à; soumis à
Library card.....	Fiche.
Licence.....	Patente; licence.
Lien.....	Nantissement—181
Life annuity.....	Rente viagère.
Lighting expenses.....	Frais d'éclairage.
Limit payment—To.....	Restreindre ses paiements.
Limit the price of goods—To	Limiter le prix des marchandises—182
Limitation.....	Prescription.
Line of business.....	Spécialité, branche de commerce; assortiment.
Any line of business.....	N'importe quelle branche de commerce.
Full line.....	Assortiment complet.
It is not in your line.....	Ce n'est pas votre spécialité, votre branche.
Line engraving.....	Gravure au trait.
Linotype.....	Linotype.

(1) Pour ce qui a paru précédemment sous cette rubrique, veuillez vous reporter aux livraisons de mai, juin, juillet, septembre et novembre 1928; janvier, mai, juillet, août et novembre 1929; janvier, mai, juillet et septembre 1930; janvier, février, avril et juin 1931.

(181) Ce mot est guère connu chez nous. Il ne rend pas, non plus, toute la signification que comporte le mot anglais "lien" si souvent employé de nos jours depuis l'extension des ventes à tempéramment. On devrait, croyons-nous, rendre ce mot par: "droit de rétention". Le petit Larousse dit: "le nantissement d'un objet mobilier s'appelle gage; le Vocabulaire technique de Hospitalier dit: "garantie".—**Note de la Direction.**

(182) On emploie en France les expressions suivantes: limiter le prix; prix imposé.—**Note de la Direction.**

Linotypist.....	Linotypiste.
List of exchange.....	Cote de la bourse.
Lithography.....	Lithographie.
Little doing.....	Peu d'affaires.
Loading costs.....	Frais de chargement.
Loan.....	Prêt; emprunt.
Compulsory loan.....	Emprunt forcé.
Loan on interest.....	Prêt à intérêt.
Lodge a complaint—To.....	Porter plainte.
Long annuity.....	Annuité à long terme.
Long bill.....	Billet à longue échéance, à long terme.
Look after the cashing of a bill—To.....	Soigner l'encaissement d'un effet à recevoir—183

(à suivre)

ADJUTOR FRADETTE

(183) Il serait à propos, tandis que nous sommes à la lettre "I", d'ajouter les expressions suivantes:

Labor.....	Main-d'oeuvre.
Laborer.....	Manoeuvre.
Lace.....	Dentelle.
Laminated.....	Laminé; clivé.
Lamination.....	Laminage, clivage.
Land grant bonds.....	Obligations de concession terrienne.
Land grant certificates.....	Titres de concession terrienne.
Landmark.....	Borne.
Lane.....	Ruelle.
Lath.....	Latte.
Lathe.....	Tour.
Lattice.....	Treilles; grille.
Laughing gas.....	Gaz hilariant.
Launching.....	Lancement.
Laundry.....	Buanderie.
Law.....	Loi.
Lawful money.....	Monnaie ayant cours légal.
Leaf.....	Feuille.
Leak.....	Voie d'eau.
Lecturer.....	Conférencier.
Lee side.....	Sous le vent.
Legal opinion.....	Opinion légale.
Legal rate of interest.....	Taux légal d'intérêt.
Level.....	Niveau.
Level-crossing.....	Passage à niveau.
Lever.....	Levier.
Levelling.....	Nivellement.
Library.....	Bibliothèque.
Lighter.....	Allège.
Lighting-rod.....	Paratonnerre.
Lime quarry.....	Carrière de pierre à chaux.

N'oubliez pas la "SEMAINE DES ACHETEURS" du 7 au 12 septembre.

Pour renseignements s'adresser à "Les Affaires", 552, Première Ave., Québec.

Lime kiln.....	Four à chaux.
Lining.....	Doublure.
Lining-out.....	Alignement.
Linseed oil.....	Huile de lin.
Liquid assets.....	Actif liquide; actif réalisable.
Liquid resources.....	Ressources liquides.
Live assets.....	Actif productif.
Load per H. P.....	Charge par cheval-vapeur.
Local circuit.....	Circuit local.
Locate—To.....	Localiser.
Lock.....	Serrure.
Look-out.....	Vigie.
Lorry.....	Tardier.

—La Direction.

En temps de crise et de dépression commerciale, doit-on diminuer la publicité ?

Il serait aussi rationnel de réduire la portion du cheval parce que le foin et l'avoine sont chers, il serait aussi à propos de laisser refroidir la maison parce que le charbon est cher.

TOUTES LES POULES

Le succès sans cesse grandissant des expositions d'aviiculture et le nombre croissant des clubs péciaux montrent, d'une façon indiscutable, l'intérêt considérable que l'on porte, actuellement, à l'exploitation rationnelle des volailles sélectionnées. Une autre constatation importante réside dans la réelle valeur des sujets exposés: les aviculteurs expérimentés, aussi bien que les novices, s'efforcent de présenter des types se rapprochant le plus possible des Standards.

Mais quels sont des Standards ? Quels sont les points qu'il faut surtout rechercher ? Comment les obtenir ?

Il existe, il est vrai, de nombreux traités d'aviiculture mais leurs renseignements sont souvent incomplets, et, en tous cas, manquent des illustrations nécessaires pour faire saisir à l'éleveur les caractères de l'oiseau qu'il doit s'efforcer de produire.

Les éleveurs canadiens-français ont manqué, jusqu'à ce jour, d'un traité complet, à date, dans leur langue. Nous avons des traités américains très bien faits, mais tous ne savent pas lire l'anglais.

Cette lacune a été comblée par M. le Comte Delamarre de Monchaux qui vient de mettre la dernière main à l'étude de M. H.-L. Alph. Blanchon que la mort a empêché de terminer. M. Blanchon a déjà publié plusieurs volumes sur l'aviiculture, mais ce dernier ouvrage posthume est d'une documentation complète et mise à jour.

Il est intitulé: Toutes les Poules et les Variétés. Description, Standards, Points, Elevages. C'est un fort et grand volume, mesurant 11 1-2 x 8 pouces, renfermant 644 pages, orné de plus de 300 gravures et de planches hors-texte en noir et en couleurs.

Tous les amateurs devraient posséder ce bel ouvrage et l'acheter dès maintenant s'ils veulent profiter des conditions favorables du change.

En temps ordinaire, lorsque le franc est au pair, cet ouvrage se vendrait \$12.50, mais à cause de sa dévalorisation, on peut se le procurer pour \$3.50. Nous ne garantissons pas que ce prix se maintienne aussi bas, il variera suivant les fluctuations du marché monétaire. Cet ouvrage est distribué au Canada et aux Etats-Unis par l'ARGUS DE LA PRESSE INTERNATIONALE, 552, Première Avenue, Québec, à qui toutes les commandes doivent être référées.

Atteignant Au-Delà de 90,000 Foyers

C'est le nombre de foyers que chaque livraison de "THE CANADIAN" atteint

Ce total ne représente que ceux qui ont payés le prix de l'abonnement pour le magazine. En d'autres mots, environ un demi million de gens sont influencés par cet organe entièrement canadien.

Avez-vous réalisé les progrès de "THE CANADIAN" ?

En décembre 1927, sa circulation était de.....	30,757
En décembre 1928, sa circulation était de.....	55,971
En décembre 1929, sa circulation était de.....	87,768
En juin 1930, sa circulation était de.....	90,260

Avec le numéro d'avril le "Canadian Magazine" a dépassé son objectif et il offre maintenant une circulation payée d'au-delà 100,000.

En tête au point de vue de rédaction.

Durant les premiers six mois de cette année "The Canadian" a publié :

37 nouvelles

34 articles importants.

Aucun autre magazine au Canada a même approché ce total dans ses éditions mensuelles.

31 articles d'intérêt spécial aux femmes.

36 rubriques régulières.

"The Canadian" a consacré 70% de ses pages à ses lecteurs.

Il donne à ses annonceurs d'excellentes positions en pleine visibilité.

The
CANADIAN
Magazine

ABONNEMENT: \$1.00 PAR ANNEE

347 Adelaide St. W

Toronto



Nos Lecteurs Nous Écrivent

Il nous fait plaisir de constater que nos lecteurs s'intéressent de plus en plus à notre magazine et que leur nombre augmente considérablement.

Nous recevons de nombreuses lettres de nos lecteurs. Ce sera toujours avec plaisir que nous accepterons les suggestions que l'on voudra bien nous faire pour améliorer notre magazine et le rendre plus utile à nos compatriotes.

Nous pigcons, dans les lettres que nous avons reçues récemment, les quatre suivantes :

EN VOICI UNE QUI NOUS VIENT DE GRECE.

Athènes, le 11 Juin 1931.

Monsieur Raoul Renault,
552-554, Première Avenue,
Québec.

Monsieur,

Nous avons remarqué dans le dernier numéro de la Revue "SUCCES", de Lausanne, une annonce concernant le Magazine mensuel "LES AFFAIRES" publié par l'Office Québécois de Publicité sous votre direction.

Nous estimons que ce Magazine consacré — suivant cette annonce — à l'organisation et l'administration commerciale et industrielle peut intéresser notre Société. Par conséquent nous vous prions de vouloir bien nous faire parvenir par retour du courrier un des derniers numéros de cette Revue afin de nous mettre à même de prendre part dans les cadres de vos abonnés, si comme nous prévoyons cette Revue est intéressante pour nous.

Entretiens nous vous présentons, Monsieur, nos salutations bien distinguées.

J. M. CHRYSICOPOULOS & FRERES

Hull, 29 Juin 1931.

"Les Affaires"
552, Première Avenue,
Québec.

Chers Messieurs:—

Ayant montré votre Magazine à quelques clients, ils ont vivement été intéressés. Par conséquent veuillez donc l'adresser à l'avenir à :

M. W. W. Lévesque, Merceries et Confections pour hommes, Magog, Qué., aussi à,
M. C. Daoust & Cie, Magasin à rayons, Ste-Anne de Bellevue, Qué.

A mon prochain voyage à Québec, je me ferai un plaisir de vous téléphoner.

Votre tout dévoué,

C.-N. ROBITAILLE,
Voyageur de Commerce,
No. 1, 6ième Avenue,
Longueuil, P. Q.

✂

Montréal, le 23 Juillet 1931.

"Les Affaires",
Québec.
Messieurs,

Je vois dans votre revue que vous vous chargez, pour l'accommodation de vos lecteurs, de leur procurer tous les volumes qu'ils désirent.

Aujourd'hui le volume suivant "Stock Market Practice and Theory, by R. W. Shabacker, Financial Editor of Forbes' Magazine, New York, B. C. Forbes Publishing Company, 1930, In-8, percaline, XXIX-875 pages, nombreux fac-similés.—Prix au Canada, \$7.50" que vous annoncez dans votre revue me serait très utile. Pourriez-vous, s'il vous plaît, vous le procurer pour moi et l'envoyer à l'adresse ci-dessous. Je payerai sur livraison si vous le désirez.

Recommandez-vous toujours de notre Revue auprès de nos annonceurs—pour leur bénéfice, le vôtre et le nôtre !

Je profite, Messieurs, de cette occasion pour vous dire tout l'intérêt que me suscite votre "Magazine" bien que je ne sois pas dans le commerce.

Merci à l'avance, Messieurs, pour votre attention à ma demande et je demeure,

Votre tout dévoué,

EMILE BROSSARD,
a/s Crédit Foncier F.-C.,
5 St-Jacques-Est, Montréal.

St-Jean, P. Q., le 6 Juillet 1931.

Monsieur Raoul Renault,
Directeur: "Les Affaires",
552, Première Avenue,
Québec.

Cher Monsieur:—

Si je ne me suis pas abonné à votre revue plus tôt, ce n'est pas parce que je me suis pas rendu compte d'une rédaction qui fait honneur à son directeur, mais parce que je reçois actuellement une foule de revues de toutes sortes et que je dispose de très peu de temps pour lire.

Je comprends que vous êtes très fort en français commercial de même qu'en traduction. Est-ce que l'abonnement à votre revue nous donne le droit de vous soumettre quelques traductions de temps à autre ?

Je vous remercie de me donner ce renseignement et vous prie de me croire,

Votre tout dévoué,

L. J. ROBICHAUD, Gérant,
Banque Royale, St-Jean, P. Q.

De l'occasion

SAVOIR profiter de l'occasion est un art véritable; certains ne craignent pas de la faire naître à tout propos..., d'autres ne savent pas l'attendre... et beaucoup s'aperçoivent tardivement qu'ils l'ont laissée passer...

La science de l'opportunité est d'un maniement aussi subtil dans la vie privée que dans la vie commerciale ou publicitaire. Il existe des gens qui sont nés "gaffeurs", d'autres qui possèdent l'art, non seulement de ne jamais gaffer, mais encore de discerner exactement ce qu'il convient de faire ou de dire à la minute précise... et l'esprit de l'escalier n'est décidément pas une vaine formule. Celui qui vend quelque chose et possède pignon "commercial" sur rue se doit de rechercher, de susciter même, toutes les occasions possibles; de donner à son enseigne un lustre nouveau, et pour ce faire tout est bon: inauguration, transformations, agrandissements, anniversaires, etc., etc. — Extrait de "La Publicité".

DIX JOURS!
Toute une série d'événements joyeux
et de spectacles enchanteurs à l'

**EXPOSITION
PROVINCIALE**

QUÉBEC

NOUVEL ÉDIFICE
NOUVEAU PROGRAMME
NOUVELLE ASSISTANCE
NOUVEAUX SUCCÈS
NOUVELLES DATES

3-12 Sept. "L'Année de la Renaissance" 1931 3-12 Sept.

"La Naissance du Canada"
Les Pageants
GRANDIOSES SPECTACLES HISTORIQUES

Lt-Col. Henri E. LAVIGUEUR,
Maire de Québec — Président

HOTEL DE VILLE - QUÉBEC

Georges MORISSET,
Secrétaire-Admin.

— LE —

Prince George Hotel
TORONTO

L'HOTEL DISTINGUÉ
du CANADA

OU l'hospitalité et l'atmosphère sont reposants et en font une hôtellerie recherchée pour les personnes qui aiment la tranquillité du chez soi.

L'excellence de sa cuisine et l'efficacité du service est le secret de notre succès.

Nous invitons
votre patronage

E.-Winnett Thompson,
Directeur-Gérant.

DEMANDEZ A VOTRE PHARMACIEN
les drogues pures portant
la marque de commerce —

D^r Hervay
SOUFRE
SELEPSOM
ACIDE BORIQUE
HUILE de CASTOR
PEROXIDE
HUILE RUSSE
PETROLATUM
ETC. ETC. ETC.

BIBLIOGRAPHIE

LA CRISE BRITANNIQUE AU XX^e SIECLE par André Siegfried.—PARIS, LIBRAIRIE ARMAND COLIN, 1931.—In-16, 216 pages, 2 cartes et 2 graphiques.—Prix au Canada, \$1.00.

M. André Siegfried est, on sait, l'un des plus éminents spécialistes des problèmes anglo-saxons. Son beau livre sur *les Etats-Unis* fait autorité et est devenu, en quelque sorte, classique. M. Siegfried nous apporte aujourd'hui, sur la situation de l'Angleterre, une étude non moins approfondie, substantielle et lumineuse.

La guerre a provoqué dans l'économie mondiale un déséquilibre persistant; mais nulle part la crise n'est plus durable, plus inquiétante qu'en Angleterre. S'agit-il d'un malaise passager et qui sera finalement surmonté? S'agit-il, au contraire, d'une atteinte persistante à la grandeur britannique? Tel est le sujet de ce nouveau livre.

Le fonctionnement d'un organisme s'observe mieux parfois quand on le saisit dans un état de dérèglement: ce sont toutes les conditions d'existence de l'Angleterre que l'on trouvera exposées et analysées dans ces pages.

Il n'est pas d'ouvrage dont l'actualité soit plus immédiate et qui intéresse un public plus varié et plus nombreux: tous ceux qui, en dehors même des économistes et des historiens, se rendent compte de l'importance de ces problèmes internationaux et de l'influence qu'ils exercent sur la prospérité et la paix du monde.

PENSEE FECONDE, ENTRAINEMENT INTENSIF A L'AUTOSUGGESTION, par Paul Myssens.—BRUXELLES, LIBRAIRIE DE CULTURE HUMAINE, 1930.—In-16, broché, 240 pages.—Prix au Canada, \$1.25.

Chacune de nos pensées est une autosuggestion qui exerce une influence favorable ou fâcheuse sur notre conduite, sur notre caractère, sur notre santé, sur notre avenir. Pourquoi ne pas apprendre à penser de façon à rendre le plus grand possible le nombre de nos pensées fécondes, qui, en se multipliant, refouleront et élimineront à la longue les pensées néfastes?

C'est ce que chacun de nous a le pouvoir de faire, en s'initiant, s'il est nécessaire, à la pratique de l'autosuggestion, et en perfectionnant ses méthodes d'autosuggestion.

Tout le monde pense, donc tout le monde se fait continuellement des autosuggestions, en le sachant ou sans le savoir. Pourquoi ne pas utiliser une force qui agit en nous tout le long du jour et qui, par la répétition de l'autosuggestion, devient une puissance irrésistible?

Ceux qui font usage de l'autosuggestion, soit pour se guérir d'une maladie, suivant la thérapeutique mentale popularisée par Mr Coué, soit pour atteindre tout autre résultat, n'obtiennent pas assurément la centième partie des avantages qu'ils pourraient s'assurer s'ils voulaient procéder avec un peu plus de méthode.

L'auteur de ce livre, après avoir usé pendant 20 ans de l'autosuggestion avec d'heureux résultats, s'est posé le problème suivant:

"Comment obtenir des résultats beaucoup plus importants à l'aide de mes autosuggestions?" Ce problème, il a tenu à en chercher la solution non pas dans la théorie, mais dans la pratique.

Pendant un an et demi, il s'est astreint à perfectionner ses procédés d'autosuggestion. S'inspirant de la méthode Fayol, il a consigné dans un carnet ses observations et ses réflexions journalières.

Ce sont ces notes qui paraissent telles qu'elles ont été écrites au jour le jour. Le lecteur pourra suivre l'évolution qui s'est faite au cours de cette période d'un an et demi dans les procédés d'autosuggestion de l'auteur, et les effets de cette évolution sur ses habitudes, sur sa santé, sur son caractère, sur ses progrès personnels et ceux de son entreprise.

Ce livre ouvrira la voie et sera un guide fidèle pour le lecteur qui désire s'accoutumer à la pensée féconde, à la pensée préméditée, constructive, rénovatrice et progressive, et atteindre par l'autosuggestion consciente des résultats beaucoup plus importants que ceux qu'on en obtient en général.

LA PARTICIPATION DES CANADIENS-FRANÇAIS A LA VIE ECONOMIQUE, par Eugène L'Heureux.—CHICOUTIMI IMP. LE PROGRES DU SAGUENAY, 1931.—In-8, 62 pages.—45 sous franco.

C'est le texte d'une causerie prononcée le 7 décembre 1930 au Club Canadien de Chicoutimi, et le 14 décembre 1930 devant la Société des Conférences de l'Université d'Ottawa.

Cette causerie est précédée de lettres de M. Edouard Montpetit, de Mgr Eugène Lapointe et de M. Georges Pelletier.

M. L'Heureux a fait une étude approfondie de la question qu'il traite dans cette causerie, à la suite d'une longue et patiente enquête qu'il a laborieusement poursuivie.

L'auteur a reçu de nombreuses et flatteuses appréciations pour son travail patriotique. Cette brochure devrait être lue et méditée par toutes nos têtes dirigeantes, par tous nos hommes d'affaires par tous nos jeunes gens qui se destinent aux affaires.

DU CHOIX D'UN METIER.—Orientation professionnelle pratique par la méthode expérimentale des atelier-écoles, par Henri Gaillard et Aristide Lornout, avec une préface de Edmond Labbé.—PARIS, EDITIONS DE "L'INFORMATION PROFESSIONNELLE".—In-8, 386 pages, nombreuses gravures et graphiques.

Nous avons, à diverses reprises, publié plusieurs articles sur le choix d'une carrière, parce que de ce choix dépend largement le succès.

Cette étude apporte, sur cette question, des faits très intéressants et pratiques.

TOUTE LA GRAMMAIRE FRANÇAISE EN DEUX TABLEAUX SYNOPTIQUES, par L. Rolland.—LEON POMMERET, EDITEUR, PARIS.

Nous signalons à nos lecteurs ce très pratique tableau grammatical. Facile de consultation et très utile pour rafraîchir la mémoire.

NOTE. — Nous nous chargeons, pour accommoder nos lecteurs, de leur procurer tous les ouvrages annoncés dans ce magazine. Nous pouvons également leur obtenir tous les ouvrages nouveaux ou anciens qui traitent des affaires, de la comptabilité, de la finance, de la publicité et des diverses industries.

L'exemple donné par le chef est un stimulant pour ses subordonnés. Mais il faut habituer ceux-ci à comprendre que le travail du chef ne consiste pas, comme le leur, dans le seul déploiement d'une activité matérielle.

Nouveau Chansonnier Canadien-français

Nous offrons un nouveau Chansonnier Canadien-Français, renfermant 100 de nos meilleures chansons, avec musique. L'auteur a travaillé à cette compilation pendant sept ans. Il a fait un choix judicieux de nos meilleures chansons. Il les a retouchées, augmentées, et épurées pour les rendre acceptables dans tous les milieux.

Si la plupart des chansons canadiennes sont tombées en oubli, surtout dans les villes, c'est que plusieurs d'entre elles n'étaient pas chantables dans les salons dans leurs formes primitives. Cependant, bon nombre de ces chansons possèdent des charmes que leur rusticité domine. Ces chansons, l'auteur les a transformées, tout en leur conservant leur forme et leur thème originaux.

Plusieurs autres n'étaient pas complètes. Même dans Gagnon, qui s'est astreint de les reproduire telles qu'il les a entendues et plusieurs sont imparfaites. L'auteur y a suppléé, il les a complétées et amendées.

Le recueil que nous offrons aujourd'hui en vente, pourra pénétrer partout, dans les salons comme dans la chaumière, dans les collèges, couvents, etc., car l'auteur, pour conserver certaines chansons réellement belles, mais qui frisaient la frivolité, les a revisées et épurées afin de les sauver complètement de l'oubli.

Ce recueil, nous ne craignons pas de l'affirmer, éclipse tout ce que nous avons vu jusqu'à présent et comble une lacune qui menaçait de jeter complètement dans l'oubli toutes nos chansons populaires, les bonnes comme les mauvaises, les belles et les sublimes comme les insignifiantes.

Nous n'avons pas besoin d'ajouter que la partie musicale a été l'objet d'une attention toute particulière.

En vente à \$2.00 l'unité, franco. Remise spéciale aux libraires et marchands.

L'ARGUS DE LA PRESSE INTERNATIONALE
552-554, Première Avenue,
QUEBEC.

Deux Millionnaires

Le poète Eddie Guest fait la rencontre, après plusieurs années de séparation, d'un vieil ami d'enfance qui s'était enrichi.

—Eh bien! Tom, comment va? demanda Guest.

—Comme ça, mon vieux, reprit le millionnaire. J'ai beaucoup d'argent mais je manque de sommeil.

—Ca m'a tout l'air, retorqua Guest, que tu es millionnaire le jour et que je suis millionnaire la nuit.

Ce qui revient à dire que seul l'argent ne peut pas assurer le bonheur.

—Mais c'est toujours commode d'avoir un peu de "petit change", dira l'autre.

TEL. 2-2983

P. A. BOUTIN

Assureur — UNDERWRITER

Règlement Prompt et Libéral

FEU — MARINE — AUTOMOBILES — ACCIDENTS

RESPONSABILITE DE PATRON

GARANTIE DE CONTRAT — ASSURANCE POSTALE

80, Rue St-Pierre,

QUEBEC.

EPARGNEZ

TOUS les hommes qui ont réussi dans le Commerce et l'Industrie ont pratiqué l'Épargne au début de leur carrière.

SI vous voulez vous assurer un revenu pour le vieil âge, prenez l'habitude de pratiquer constamment l'Épargne.

DISTRAYEZ toutes les semaines un certain montant sur votre salaire et déposez-le à l'Épargne à la

CAISSE D'ECONOMIE
DE N.-D. DE QUEBEC. ..

Sur les Crises Économiques

Une crise économique est un déséquilibre passager et cyclique qui se révèle entre la production et la consommation, entre l'offre et la demande, entre la valeur de vente et le pouvoir d'achat.

Les crises génératrices de misère et de troubles sociaux sont relativement récentes: la première date de 1825. Elles apparaissent dans leur ensemble comme indépendantes de la politique mais leur origine semble les lier à la naissance du capitalisme industriel, c'est-à-dire de la grande production.

Beaucoup d'économistes se sont attachés à leur trouver une théorie et à chercher une méthode de prévision qui permettent d'en atténuer les effets. Les explications qui nous sont proposées se ramènent grosso modo, au nombre de quatre. On peut les désigner ainsi :

- 1.—Théorie des lois naturelles;
- 2.—Théorie psychologique;
- 3.—Théorie monétaire;
- 4.—Théorie marxiste.

Nous les examinerons successivement le plus objectivement possible.

Théorie des lois naturelles.

Les défenseurs de cette théorie prétendent établir une conjoncture entre les astres et les crises économiques.

Jevons, en 1828, remarque la coïncidence des taches solaires et des crises économiques.

Moore, en 1923, tient pour liées certaines positions respectives de la Terre, du Soleil, de Vénus et le ralentissement des affaires.

Ces théories que nous citons, à simple titre historique, tiennent peut-être compte d'influence occultes des astres sur l'agriculture, mais on ne peut de bonne foi les admettre comme donnant une explication suffisante.

Théorie Psychologique.

Cette théorie possède actuellement de nombreux partisans dont notamment Pierre Mendès en France. Elle prétend les crises inexplicables par des lois économiques et les présente comme l'effet d'un processus psychologique.

Elle se résume à ceci: pendant une période de prospérité, les prix haussent, les consommateurs se pressent d'acheter et les intermédiaires font des stocks; puis, à

un certain moment, les prix étant devenus anormaux, les consommateurs s'abstiennent; c'est la crise..... jusqu'au jour où les prix sont re-devenus normaux et les stocks des intermédiaires liquidés; et le cycle recommence.

Théorie Monétaire.

Cette théorie qui a des adeptes nombreux, Irving Fischer en Angleterre, Gide, Aftalion, Georges Boris en France, attribue les crises à des troubles monétaires, à la production de l'or, à sa répartition et aux phénomènes de crédit.

A part la production de l'or, indépendante des événements économiques, il est très difficile de savoir si les troubles monétaires sont des causes ou des effets des crises économiques.

Théorie Marxiste.

Elle est objectivement fondée sur la "valeur-travail", concept dû à Ricardo et développé par Karl Marx.

Il y a beaucoup de besoins, dit-elle, mais pas assez de besoins solvables, car l'ouvrier produit plus de richesses que son salaire restreint ne lui permet d'en consommer.

Autrement dit, la valeur travail de l'ouvrier producteur ne se retrouva pas dans le pouvoir d'achat de l'ouvrier consommateur. La différence qui constitue le profit capitaliste n'étant pas consommée entièrement sert à accroître des moyens de production qui sont déjà trop importants. D'où déséquilibre périodique, crise, qui se traduit par des pertes capitalistes et un ralentissement de la production.

Les crises ne sont si espacées que grâce à l'existence d'une couche d'acheteurs qui ne sont ni capitalistes, ni salariés et disposent d'un pouvoir d'achat autonome.

Certains marxistes ajoutent à cette cause majeure que nous venons de résumer une cause secondaire qui est le manque de proportion entre les productions des différentes familles de produits.

Prévision des Crises.

Beaucoup d'économistes ont essayé de prévoir les crises dans l'espoir que cette prévision permettrait tout au moins d'en atténuer les effets.

L'Institut d'Harvard, en Amérique, a

notamment recherché "un baromètre économique". Il croyait l'avoir trouvé par la conjoncture de certains faits économiques, tels que l'activité industrielle, mesurée par le cours des valeurs de Bourse, le cours des prix de gros et la valeur du taux d'escompte des instituts d'émission.

Cependant, l'expérience de ces dernières années a montré que cette conjoncture était trop lâche pour avoir un caractère vraiment scientifique.

La méthode de prévision des crises est encore à trouver.

Les Remèdes aux Crises.

Suivant l'explication qu'ils admettent pour l'origine des crises, les économistes se divisent sur l'importante question des remèdes.

Les partisans de l'explication psychologique préconisent le retour à la confiance, et tout ce qui peut y conduire.

Les partisans de l'explication monétaire réclament des ouvertures de crédit, des grands travaux d'intérêt public susceptibles de mettre en circulation du papier monnaie, une politique internationale de l'or.

Joseph Caillaux, estimant que la production d'or ne peut guère augmenter, donne

HOTEL GRAND UNION

VICTORIAVILLE,
QUE.

.....

Hôtellerie moderne
sous tous les rapports
— Service de première classe — Cuisine
recherchée.

J.-A. TANGUAY, Prop.

comme moyens d'atténuer la crise la restriction d'usage de l'or aux seuls usages monétaires et un retour international au bimétallisme.

Les partisans de la théorie marxiste estiment que les crises ne cesseront d'exister que lorsqu'il y aura une meilleure répartition des richesses créées par le travail. Ils préconisent la journée de sept heures avec salaires équivalents aux salaires actuels. Ils souhaitent que l'Etat ait une politique économique et mette fin par l'économie dirigée à l'anarchie de la production actuelle, puis, que les Nations, sous l'égide de la S. D. N. étudient les moyens d'adapter leurs productions conjuguées aux besoins mondiaux.

André Tardieu, au cours du débat sur la crise minière (Sénat, 26 février) a prédit que "peu à peu nous tendrons vers l'industrie nationale".

La Crise Actuelle Française.

Malgré son million de chômeurs partiels et ses 350,000 chômeurs complets, la France reste nettement favorisée par rapport aux nations européennes voisines.

Elle le doit, il faut le dire, à son système douanier nettement protectionniste qui permet à notre industrie, battue sur le terrain international, de satisfaire sans concurrence étrangère les besoins nationaux. Cela d'ailleurs, à la longue, pourrait être dangereux.

Elle le doit aussi à l'équilibre qui existe encore entre l'agriculture et l'industrie. Nous vivons mieux que nos voisins ces heures difficiles, parce que, sans doute, nous avons gardé plus de mesure dans le développement de notre production industrielle.

Elle le doit également à cette inflation — gagée d'ailleurs — que nous connais-

sons depuis deux ans qui, en provoquant une hausse des prix de détail enrayera quelque peu la panique à la baisse du consommateur.

En dehors des remèdes généraux aux crises, que nous avons résumés ci-dessus, la France a la chance d'avoir à sa disposition d'autres moyens encore: elle peut limiter le chômage de ses nationaux en arrêtant l'immigration de la main-d'oeuvre étrangère et surtout elle peut, et doit, mettre en valeur ses colonies qui représentent des débouchés normaux et considérables.

ALEX. GIROUD

("Mon Bureau")

RESCENCEMENT DES

ETABLISSEMENTS DE COMMERCE

Des informations venant du Bureau Fédéral de la Statistique indiquent que la première étape du Recensement des Etablissements de Commerce et de Service a été franchie avec succès. Les énumérateurs du recensement de la population ont obtenu les noms et adresses des marchands dans tout le Dominion.

La deuxième étape viendra en août quand des questionnaires spéciaux seront envoyés à toutes les adresses relevées par les énumérateurs, les questions variant suivant le type de l'établissement.

L'intérêt que le monde commercial porte à ce recensement est une assurance que les questionnaires seront remplis et retournés promptement. Les commerçants de tout genre se rendent parfaitement compte de l'importance d'un tel relevé complet des activités distributrices au Canada.

Petites Annonces

EMPLOYE RECOMMANDABLE

A nos lecteurs qui auraient besoin d'un employé instruit, qui a fait des études complètes au Séminaire de Québec et qui a décroché le titre de Bachelier ès Arts, et qui en outre a suivi le Cours Supérieur de Commerce à l'Académie Commerciale de Québec, nous leur recommandons M. Jules Turcot, 26 ans. M. Turcot est un lecteur assidu de notre Magazine. C'est dire qu'il se tient au courant des nouvelles méthodes. S'adresser pour renseignements complémentaires, à Jules Turcot, 12, rue St-Stanislas.—Tél. 2-1619

INSTITUT J. THOMAS, 25, St-Stanislas, tél.: 2-7490, anglais, français, sténographie, comptabilité, cours commercial complet, classique, préparation pour brevets et tous les examens de la province. Cours d'été.

COMBUSTIBLE

Pour votre bois de chauffage vous obtiendrez le maximum pour votre argent en vous adressant à la Cour à Bois Limoilou. Bois et charbon livrés dans toutes les parties de la ville. Service courtrois et rapide. Cour à Bois Limoilou, 2, 3ième Rue. — Téléphones: Bureau 4-3831 — Résidence 4-2049—Hector Godbout, Propriétaire.

DOCUMENTATION

Pour renseignements de toutes sortes, sur le commerce et l'industrie, enquêtes, expertises, etc. S'adresser à: Office Québécois de Publicité, 552-554, Première Ave, Québec.

VOS YEUX

Vos yeux sont votre meilleur capital. N'en confiez pas l'examen au premier venu. Le choix de lunettes appropriées à votre vue et au travail que vous avez à faire est de la plus haute importance. Assurez-vous les services d'un praticien diplômé de plusieurs années d'expérience. en vous adressant au Spécialiste Mignault, 52, rue St-Jean, Québec.

REPRESENTANTS

Nous avons besoin de bons représentants dans toutes les parties du pays où nous ne sommes pas encore représentés pour vendre des spécialités en grande demande. Bonne commission. Occasion exceptionnelle de réaliser facilement de jolis profits. Office Québécois de Publicité, 552-554, Première Avenue, Québec.

TOUTES LES POULES

Beau volume, le plus complet en langue française, avec nombreuses gravures dont plusieurs en couleurs, sur l'élevage des volailles. Dans une bonne reliure de toile. Prix, franco, \$4.00. L'Argus de la Presse Internationale, 552-554, Première Avenue, Québec.

LETTRES

Nous rédigeons des lettres de tous genres, en anglais ou en français, ainsi que des circulaires, catalogues, annonces, etc. Office Québécois de Publicité, 552-554, Première Avenue, Québec, Tél. 2-6538.

MANOIR SAINTE-JULIE

UN HOTEL OFFRANT TOUT LE
CONFORT DU FOYER.

CHAMBRES AVEC BAIN
ET EAU COURANTE.

CUISINE RENOMMEE

STE-JULIE STATION
GABRIEL BERBERI, Prop.

Personnalité d'abord - Efficience Ensuite

L'ETUDE prolongée et approfondie et l'application constante de l'efficience, nous amènent à cette conclusion: le degré d'efficience que peut atteindre un homme dépend plus de sa personnalité, de son intelligence, de son caractère, que de tout autre élément.

L'efficience dépend de l'homme lui-même et non pas d'un système, d'une méthode, d'un plan.

En partant de ce principe, Herbert N. Casson a écrit quatre livres sur la Volonté, la Courtoisie, la Pensée et la Force vitale.

Ces ouvrages traitent de l'homme lui-même. Il n'y est pas question de meilleures méthodes de fabrication ou de vente.

De nombreuses fois, en Europe comme en Amérique, nous avons vu les meilleurs plans de production et de vente tomber à rien par suite de la faiblesse ou de la bêtise des chefs.

Un enfant de huit ans ne peut pas conduire un lourd camion. Un homme craintif ne peut pas mener à bien un plan d'efficience.

N'importe quel projet d'amélioration rencontre bien vite une difficulté. De nombreux obstacles surgissent.

Si le chef de l'entreprise est un timbré, s'il est hanté par le danger du mauvais quart d'heure, il ne pourra jamais exécuter son plan.

Dans de très nombreuses firmes de chez nous, on ne peut prendre aucune décision sérieuse si tous les chefs ne sont pas d'accord.

Si Durand émet une objection, on ne fait rien. Si le vieux Lefèvre menace de démissionner, on laisse tomber le projet.

Par dessus tout, ces firmes veulent qu'on ne trouble pas leur tranquillité. Leurs administrateurs n'ont pas de courage. La volonté leur manque. Ils sont dépourvus de vitalité. Et, naturellement, ils n'ont guère de bénéfices.

Trop de chefs s'occupent de détails. Ils sont devenus routiniers et les hommes de routine ne sont jamais des combattifs. Ils suivent la ligne de moindre résistance. Tout ce qui est nouveau ou difficile leur est antipathique.

Il n'est pas facile de rendre une firme efficiente. L'efficience est dure. Le laisser-aller est aisé. La confusion aussi.

Il faut redresser les chemins tortueux. Il faut écarter les embûches. Il faut faire face aux dangers et les vaincre. Tout cela exige une forte personnalité.

L'homme qui ne peut prendre une décision, qui est incapable de dire: "oui" et de s'en tenir là, comment pourrait-il mettre à exécution un projet quelconque d'améliorations ?

Quand les poissons grimperont aux arbres, les hommes timides et peureux mettront en pratique les préceptes de l'efficience.

Si nous voulons gagner notre part du commerce du monde, il nous faut de l'entraînement. Nous sommes trop mous. Nous nous laissons trop facilement détourner de notre chemin. Nous avons trop peu de confiance en nous.

Cessons de nous leurrer et regardons la vérité en face.

Jamais il n'y eut d'aussi belles occasions pour les hommes forts. Jamais on n'eut tant besoin qu'aujourd'hui d'hommes de volonté, courageux et résistants.

Partout où l'on voit de tels hommes, on voit de l'efficience. Certes, nous en avons, mais il en manque beaucoup. Des industries entières les réclament.

De tous côtés le problème se pose à nous: déplacer les faibles, mettre à la tête des forts.—*L'Efficience.*



**M. LE SPÉCIALISTE
J.-E. Migneault, O.O.D.**

**Docteur en Optique
Optométriste**

Expert Réfractionniste pour *Le Canadien National.*

**Examen scientifique de la VUE
fait suivant les méthodes les plus modernes**

Assortiment complet de VERRES et MONTURES

Près de 20 années d'expérience. Satisfaction Garantie.

TÉLÉPHONEZ pour APPOINTEMENT 2-1803

Ouvert le jour et le soir de 7 à 9 heures

52, RUE SAINT-JEAN, QUEBEC

Notes Brèves

Le moratorium du président Hoover a eu un effet bienfaisant sur la Bourse. Même le commerce de détail a ressenti une amélioration, en dépit de la vague des chaleurs qui s'est abattue sur les États-Unis.

Un brevet vient d'être accordé pour une machine à écrire à dix touches. Chaque touche est en ligne avec les doigts. On affirme que cette nouvelle machine à écrire est plus facile que les machines standards.

On annonce une nouvelle "barrure" magnétique pour les automobiles, sans clef, et qui barre automatiquement.

La législature de l'État de l'Illinois vient d'imposer une lourde taxe sur les magasins à succursales, (Chain stores): \$25.00 chacune pour les trois premières succursales et \$1000.00 pour les autres.

Ivar Kreuger, le magnat suédois des allumettes, a acheté récemment un allume-cigarettes.

Tandis que le loyer officiel de l'argent est tombé à des minima absolus aux États-Unis ($\frac{1}{2}\%$), en France, en Hollande, en Suisse (2%), en Angleterre et en Belgique ($2\frac{1}{2}\%$) et que dans ces pays les emplois de fonds à court terme s'avèrent très malaisés en raison de l'abondance des offres et de la modicité des demandes, la *Reichsbank* vient d'être contrainte de porter de 5 à 7% le taux de son escompte, celui de la *Banque d'Autriche* étant élevé à $7\frac{1}{2}\%$ et celui de la *Banque de Hongrie* à 7%.

A Chicago, le Presbyterian Hospital offre des conditions de paiements par versements aux futures mères de familles, pour leur hospitalisation, \$5.00 par mois. Ce que c'est que le progrès et le commercialisme.

Des chimistes anglais ont trouvé un procédé pour extraire de la gazoline de haute qualité du charbon.

Une machine à planter les arbres vient d'être mise sur le marché. Elle permet une grande économie dans la plantation pour la "reforestation". Elle peut être tirée par un tracteur ou un cheval. On prétend qu'elle plante une moyenne de 1718 arbres à l'heure.

FACILE A RECONNAITRE

L'Agent d'Assurance.—Madame, votre mari est-il à la maison ?

La femme.—Oui, il est dans l'étable à faire le "train".

L'agent d'assurance.—Est-ce que j'aurai de la difficulté à le trouver ?.....

La femme.—Ah! non. Il est le seul qui porte des favoris.

TOUS LES NOUVEAUX MODÈLES 1932

DeForest Crosley & Victor

SONT ARRIVÉS

Qualité - Beauté - Rendement

PRIX INTÉRESSANTS

CONDITIONS DU CLIENT

La Maison du "Service" et de la "Qualité"

Le Nouveau Roman d'un Jeune Homme Pauvre

NOUS déjeunerons récemment avec le Chef de Publicité d'une grande firme très connue. Il n'a que 23 ans. Nous lui demandâmes comment il était arrivé si tôt à sa brillante situation. En réponse, il nous conta l'histoire de sa vie.

Ce jeune homme ira loin. Il n'a rien du "raté". Peut-être son histoire pourra-t-elle aider d'autres jeunes gens qui ont la vie dure.

A 13 ans, il était orphelin de père et de mère. Il vivait avec sa grand-mère qui ne tirait que de maigres ressources de quelques pensionnaires.

Le jeune homme chercha un emploi. Il devint garçon de courses chez un pharmacien au salaire de 24 francs par semaine. Son patron était un homme très violent. Sa vie n'était qu'un seul juron, du matin au soir.

Après avoir supporté pendant 9 mois cette existence, le gamin prit un nouvel emploi chez un épicier. Sa vie y était dure. Il lui fallait transporter de gros sacs de farine et de lourds paniers d'épicerie. A lui aussi incombait la tâche de ramasser les déchets malodorants qu'il devait faire cuire

pour les donner aux cochons. Malgré toutes ces occupations, il étudia l'art de vendre et devint vendeur de magasin.

Alors il commença à lire des journaux professionnels et des revues d'affaires. Il constata qu'il était possible d'apprendre la science de la vente et de la publicité dans des livres et des cours par correspondance.

Il s'inscrit donc pour un cours de vente et de publicité par correspondance. Pour ce faire, il emprunta à une tante de l'argent qu'il lui remboursa par quelques francs chaque semaine. Il étudiait pendant une heure tous les matins avant le petit déjeuner.

Puis il s'engagea comme démarcheur publicitaire pour un journal local. Il ne réussit guère comme démarcheur. Mais il découvrit bientôt qu'il avait un talent spécial pour rédiger les réclames. Il avait trouvé son point fort.

Après trois mois d'efforts, il fut engagé dans le service publicitaire d'une firme importante. Il y a quelques mois, on le nomma directeur de ce service.

Tout d'abord, donc, il se qualifia en occupant un emploi inférieur, puis il se mit à la recherche de l'emploi qu'il méritait. Actuellement, il rédige des articles pour plusieurs revues d'affaires.

Il a résolu son problème personnel. Il a trouvé la place à laquelle il convient. N'importe quel jeune homme courageux qui a l'esprit ouvert peut en faire autant. — *L'Efficiencie.*



Pour informations, estimés, commandes, communiquez avec M. Raoul RENAULT, directeur de cette revue.

Quel est le facteur principal qui a capté votre attention dans cette annonce ?

L'IMAGE!

SA FORCE D'ATTRACTION EST
— INDISCUTABLE —

Augmentez la valeur de vos annonces en les accompagnant d'illustrations.

Paul-S. LeChasseur
Dessinateur Commercial

Recommandez-vous toujours de notre Revue auprès de nos annonceurs—pour leur bénéfice, le vôtre et le nôtre !

POURQUOI FAIRE PARTIE DU CLUB AUTOMOBILE DE QUEBEC ?

Parce que, par le groupement plus ou moins puissant d'un grand nombre de propriétaires d'automobiles, le Club est à même d'avoir une influence de plus en plus grande auprès des pouvoirs publics, et, par cela même, de défendre avec plus de chance de succès les intérêts de tous les automobilistes de la Province.

Aucune autre Organisation Commerciale ne peut offrir ces Avantages.

Le Club donne, en plus, à ses abonnés, les services suivants :

Passages en Douane.

Par un arrangement spécial fait avec les départements de douane et d'émigration, le Club est en mesure de fournir à ses abonnés les facilités douanières qui leur permettent de traverser la ligne 45ième sans ennui.

Renseignements Touristiques.

Tous renseignements utiles sur des voyages en Canada et aux États-Unis.

Consultations Légales.

Des avis légaux sur toutes questions relatives à l'automobile, sont donnés gratuitement aux abonnés.

Facilité d'Assurance.

Un département est à la disposition des membres pour l'assurance économique de leurs automobiles.

Service d'Assistance sur les Routes.

Le Club maintient depuis sept ans un service efficace d'assistance et de Remorquage qui opère actuellement sur AU-DELA DE 4,000 MILLES des routes de l'est de la Province de Québec, et qui s'étend annuellement à mesure que son effectif augmente.

Hivernement de Batteries.

Le Club prend à sa charge le remisage d'hiver des accumulateurs d'auto que ses membres lui confient.

Guide de Route.

Un volume de 435 pages, solidement relié en semi-cuir, contenant les itinéraires à date et les renseignements nécessaires pour voyager agréablement sur toutes les routes de l'est du Canada et de la Nouvelle-Angleterre, est donné gratuitement, à tous les ans à tous les membres qui en font la demande.

Ecusson Distinctif.

Les membres du Club se reconnaissent entre eux, et s'entraident à l'occasion, par le signe d'un écusson distinctif qui est fourni annuellement à chaque membre, sans charge extra et que ceux-ci placent à la vue sur le devant de leur automobile.

Magazine Mensuel.

Le magazine "SERVICE" organe officiel du Club est adressé mensuellement, sans charge, à tous les membres.

EN VOILA ASSEZ, croyons-nous pour répondre efficacement à la question titre de cet article.

Autres renseignements, ou représentant envoyé sur demande au Bureau du

CLUB AUTOMOBILE DE QUEBEC
69 RUE BUADE - QUEBEC.

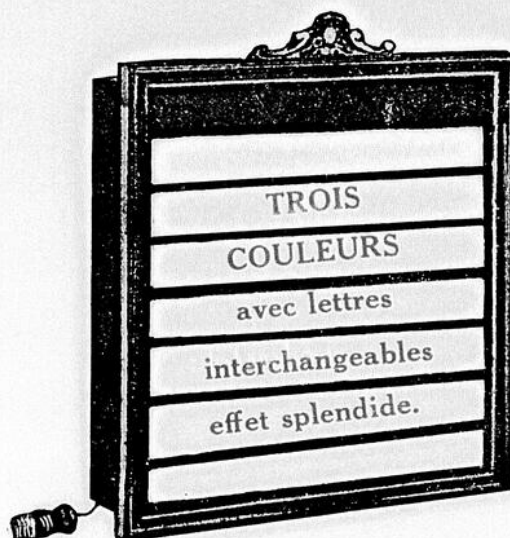
TELEPHONE 2-5798

L'ANNONCE ATTRAYANTE

DONNE DE
Gros Rendements

Elle attire
l'attention

Flamboyez
un nouveau
message
tous les jours.



Très Joli
Dessin.

Eclairage fixe
ou intermittent.
Changements
à volonté.

Une Enseigne de huit lignes en trois couleurs, rouge, blanche et verte, mesurant 20 x 17½ pouces, chaque ligne pouvant contenir 14 lettres de 2 pouces de hauteur. Prise de courant avec corde de 10 pieds, lampe de 50 watts.

Le cadre est fini en duco de couleurs variées, produisant un joli effet qui ne peut manquer d'accrocher l'attention.

Avec chaque enseigne nous donnons 240 lettres, chiffres, etc., montées sur du celluloïde transparent. Avec ces lettres détachables, qui se glissent facilement et rapidement dans une rainure, vous pouvez faire n'importe quelle annonce et la changer à volonté. L'opération est des plus faciles et rapide.

Cette enseigne électrique, avec lettres changeables, est assurément la plus pratique, la moins dispendieuse et la plus efficace qu'il y ait sur le marché. Elle est jolie, elle attire l'attention et elle provoque des ventes.

Cette enseigne, installée dans vos vitrines, stimulera merveilleusement n'importe quelle ligne de commerce: Restaurants, Distributeurs d'Automobiles pour annoncer les Chars Usagés, Salons de Beauté, Garages, Pharmacies, Epicerie, Tabacolistes, Confiseurs, etc.

A cause de sa flexibilité, elle peut servir à annoncer n'importe quoi. Elle a sa place aussi bien à l'intérieur que dans les vitrines. Vous pouvez la placer dans un coin obscur de votre magasin, les jets de lumière qu'elle lancera attireront l'attention.

PRIX : \$15.00, EXPRESS PAYE

DEPOSITAIRES

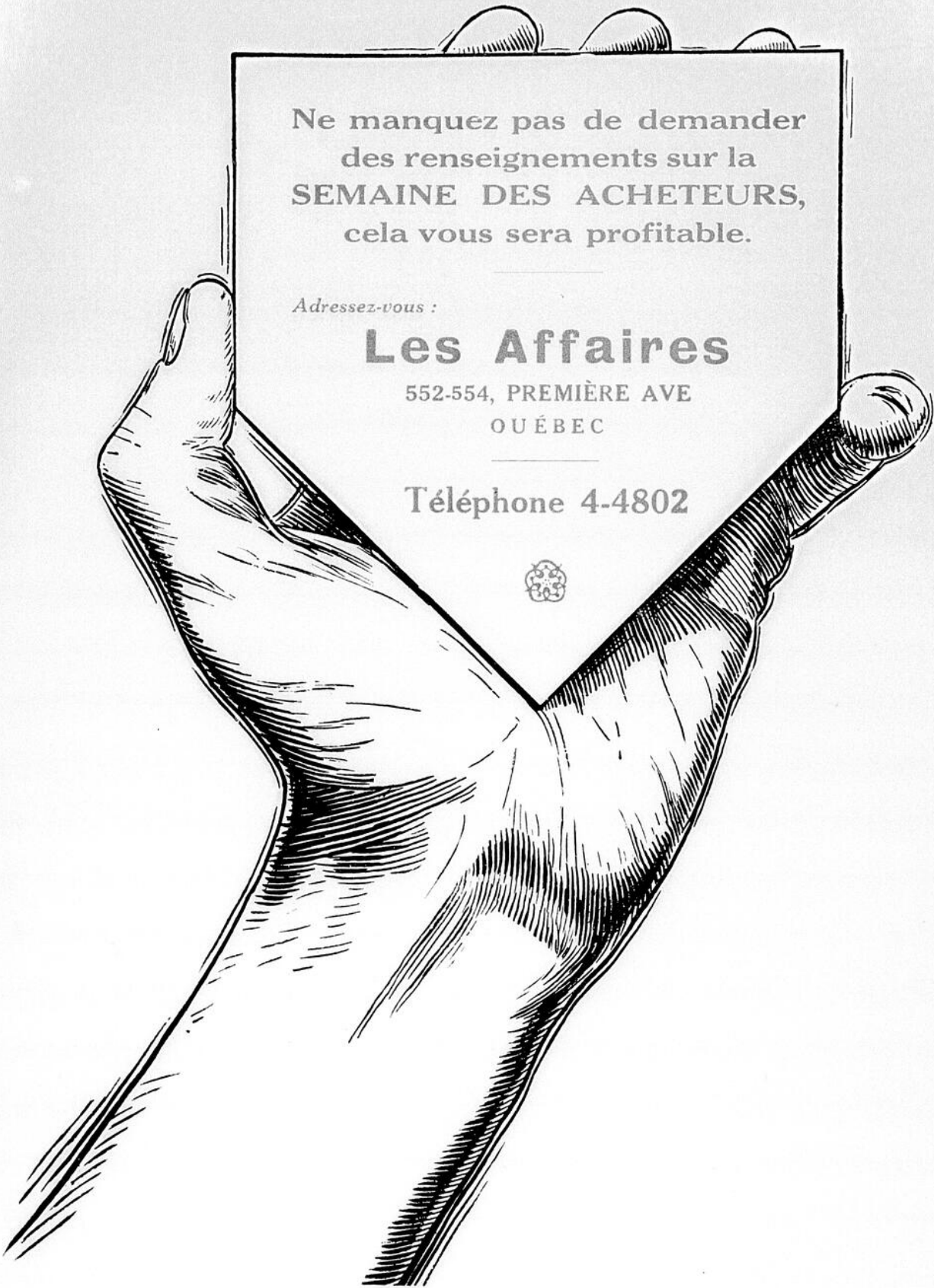
OFFICE QUEBECOIS DE PUBLICITE

552-554, Première Avenue

TELEPHONE 4-4802

AGENTS DEMANDES — BONNE COMMISSION.

QUEBEC



Ne manquez pas de demander
des renseignements sur la
SEMAINE DES ACHETEURS,
cela vous sera profitable.

Adressez-vous :

Les Affaires

552-554, PREMIÈRE AVE
QUÉBEC

Téléphone 4-4802

