

Chacun des 67 ouvriers de l'atelier a sa tâche bien définie; les uns composent à la linotype les articles fournis par les rédacteurs et les nouvelles; les autres s'occupent de mettre la matière en page et de faire les corrections indiquées; d'autres "montent" les pages d'annonces; d'autres fabriquent les titres, etc.

L'atelier d'un journal, en somme, est un endroit où personne ne flâne, où tout le monde participe à la vie la plus intime du journal. Sans l'atelier, les journalistes sont impuissants, car c'est l'atelier qui leur permet d'atteindre les lecteurs et d'exercer quelque influence sur l'opinion publique.

Il faut dire aussi que l'atelier n'a pas que du journal lui-même à s'occuper. Il y a aussi les nombreux travaux d'impression commerciale ou travaux de ville. Car, en plus d'être un journal quotidien, "Le Droit" est une des plus grandes imprimeries commerciales au Canada. Il imprime en moyenne quelque 400 travaux par mois.

Service d'impressions

EN 1930, le chiffre d'affaires du service des impressions du "Droit" était de \$26,500. Quinze ans plus tard, c'est-à-dire en 1945, il atteignait \$175,000. Et en 1955, il dépasse de beaucoup le demi-million de dollars.

Ruche débordante d'activité, l'imprimerie exécute les travaux les plus divers, depuis l'impression de cartes de visite jusqu'à celle de brochures, revues, livres et journaux aussi bien en anglais qu'en français.

Quelque 300,000 dépliant et circulaires sortent mensuellement des presses du "Droit". Ces dernières impriment aussi une cinquantaine de périodiques, mensuels ou hebdomadaires, dont "Hebdo-Revue", maintenant vendu à plusieurs journaux à travers le pays, "The Ensign", le plus grand hebdomadaire catholique de langue anglaise au Canada, "Radio", périodique de Radio-Canada, "Français", les éditions françaises et anglaises des "Actualités", le "RA News", le "World Review

Newsletter", le "Canadian League Magazine", le "Indian Record", le "National Labour Magazine", "The Rocket", le "Guide parlementaire canadien", etc., etc.

Quelle que soit l'importance de la commande, l'imprimerie commerciale du "Droit" y porte une attention toute spéciale. Sa politique: la perfection technique et le plus bas coût possible.

Et le service des impressions du "Droit" n'a pas fini sa marche ascendante; elle ne fait que commencer. Maintenant logé dans des salles très vastes, pourvu d'un outillage amélioré et en partie renouvelé, le service pourra maintenant accepter des contrats qu'il se voyait jusqu'ici obligé de refuser.

Quand les chiffres parlent

LA RÉCLAME commerciale a aussi largement contribué au progrès du journal. En 1954, le service des annonces a obtenu des maisons de commerce de la région et des firmes nationales, 8,043,166 lignes d'annonces, comparativement à 2,434,088 en 1927, soit vingt-sept ans plus tôt.

Voici quelques statistiques sur le nombre de lignes vendues aux commerçants dans tous les domaines depuis 1932: cette année-là, 2,597,960 lignes; en 1937, 2,616,839 lignes; en 1942, 2,718,568; en 1947, 4,827,786; et en 1952, 7,365,571.

A vrai dire, tous les services, sans exception, ont grandi depuis 1913, à partir de la rédaction jusqu'à la distribution.

Enfin, un autre facteur qui atteste du progrès d'une entreprise, c'est l'augmentation du nombre des employés et des salaires payés. En 1913, année de fondation, on comptait dix-huit employés, tous mal payés en dépit de leurs fonctions nombreuses. Ces 18 pionniers du "Droit" reçurent en salaires, la première année, \$16,064, somme qui serait jugée insuffisante aujourd'hui au versement de six salaires raisonnables.