

LE COURRIER DU "KODAK"



MAI-JUIN
1931



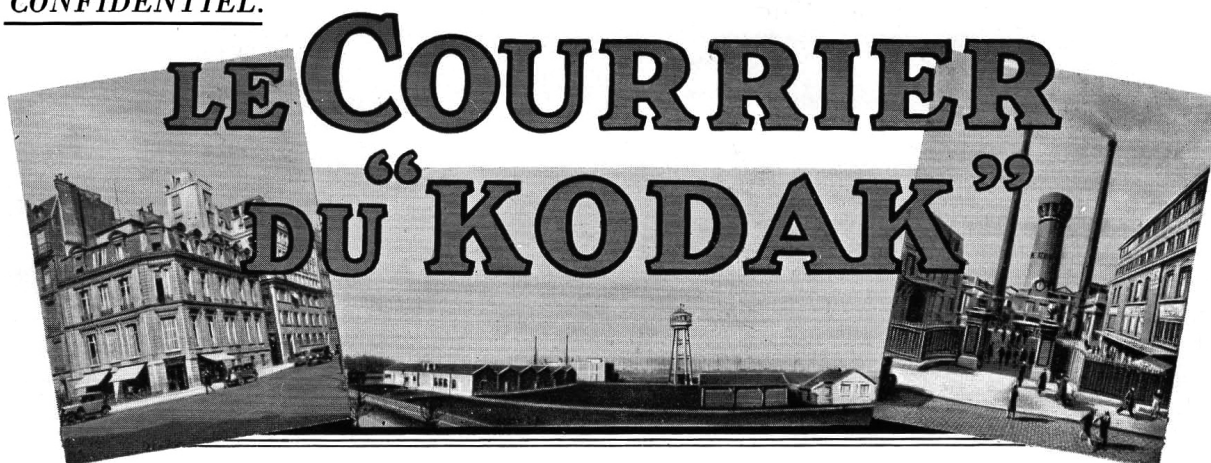
Lors d'un précédent concours, cette délicieuse petite photo gagna le Grand Prix. Un de vos clients nous adressant une photo aussi heureuse que celle-ci est susceptible de gagner un prix au Grand Concours d'Amateurs de 1931...

Le plus grand concours qui ait jamais été organisé...
Concours National et International "Kodak"
2.500.000 Francs de Prix en espèces

Dans le monde entier, le Concours "Kodak" fait actuellement l'objet de nombreux commentaires... Tous les amateurs photographes se tiennent prêts à entrer en lice... Chacun sort son appareil, s'approvisionne de pellicules, prend cliché sur cliché et attend anxieusement ses épreuves pour nous en faire l'envoi...
Aidez, accélerez ce mouvement et tirez-en profit... Le Concours "Kodak" vous apporte un courant d'affaires comme vous n'en avez encore jamais connu de semblable. Annoncez-le... Faites-lui une large place dans vos vitrines... Parlez-en sans cesse dans votre magasin, à tous vos amis et connaissances... Vous arriverez ainsi à toucher quantité de personnes qui jusqu'alors ne faisaient pas de photographie... En leur communiquant votre enthousiasme en faveur du concours "Kodak", vous en ferez des adeptes passionnés de la photo et en même temps de fidèles habitués de vos comptoirs... C'est pour vous la porte ouverte vers d'importants bénéfices sur toutes ventes d'appareils, de pellicules, d'accessoires et sur l'exécution de vos travaux...

Chaque fois que le Concours "Kodak" est le sujet de votre conversation, ne manquez pas de faire ressortir la largeur d'esprit avec laquelle a été établi son règlement. Toutes les photos peuvent concourir... Leur technique n'entre pas en ligne de compte... Seul l'intérêt des images sera considéré dans le jugement final.

CONFIDENTIEL.



“POUR VOS INTÉRÊTS ET POUR LES NÔTRES”

Publié par Kodak-Pathé S.A.F., 39, Avenue Montaigne et 17, Rue François-I^{er}, Paris (8^e)
Registre du Commerce Seine N° 72.493

31^e Année

MAI-JUIN 1931

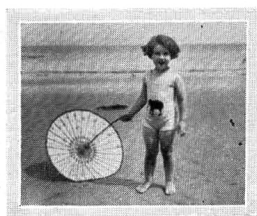
N° 193

Le Grand Concours National et International “Kodak” *est commencé*

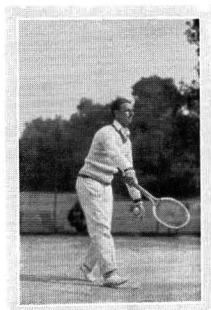
Le Concours est entré dans sa phase active. Depuis le 1^{er} Mars, pour les Colonies Françaises, le 1^{er} Avril, pour l'Algérie, la Tunisie et le Maroc, et le 1^{er} Mai, pour la France, chaque courrier nous apporte des photos en quantité, et de nombreux bulletins de participation. A peine annoncé, le Concours “Kodak”, cette importante manifestation photographique, la plus grandiose qui ait jamais existé dans le monde, a ainsi donné naissance à un élan qui a largement dépassé nos prévisions. De tous côtés, nous parviennent des épreuves de toutes sortes répondant aux conditions de notre règlement, réceptionnées aussitôt, elles sont par nos soins réparties sur 6 classes et chacune d'elles est placée dans la catégorie où elle a le plus de chance de réussite.

Dans le monde des photographes amateurs, le Concours “Kodak” est un événement, dans toute la puissance de ce mot. La célérité avec laquelle nous sont faits les premiers envois, les nombreuses demandes de renseignements complémentaires qui nous parviennent, les conversations que nous entendons chaque jour autour de nous, tout contribue à nous prouver la haute portée de notre manifestation et nous laisse bien augurer de son éclatant succès prochain.

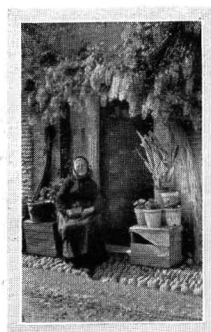
Les 6 classes du Concours



(A) Enfants. — Toute photographie dont le sujet principal est un enfant ou un groupe d'enfants : au jeu, endormis, riant, travaillant, portraits rapprochés, en costume de tous les jours ou travestis.

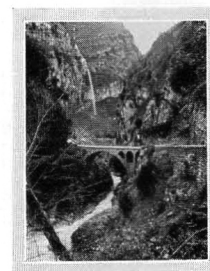
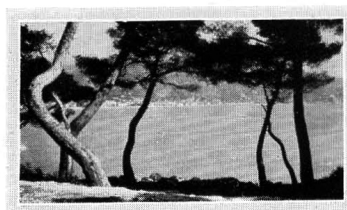


(C) Jeux, Sports, Passe-temps, occupations diverses. — Tennis, sports athlétiques, golf, pêche, jardinage, petits travaux d'amateurs.



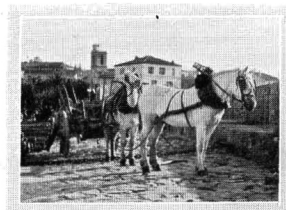
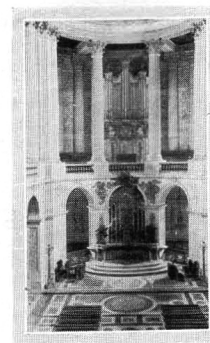
(E) Portraits de genre. — Photographies en buste ou en pied d'une ou de plusieurs personnes, excepté celles dans lesquelles un ou plusieurs enfants composeraient le ou les sujets de principal intérêt. (Voir Classe A).

Les photographies des sujets les plus variés sont admises au Concours "Kodak". Les prix seront répartis sur les 6 classes suivantes et les épreuves de tous vos clients seront placées dans la catégorie leur donnant le plus de chance de succès. Elles seront jugées uniquement sur la valeur de leur sujet et sur la puissance d'intérêt qu'il suscitera.

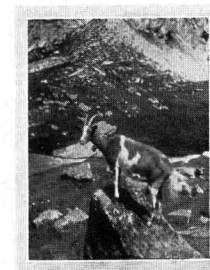


(B) Vues. — Paysages, marines, vues de ville, scènes de la rue, sujets de voyages, vues de la campagne.

(D) Natures mortes et sujets naturels, architecture, intérieurs. — Objets d'art, curiosités, fleurs coupées ou tout autre objet de nature morte arrangé artistiquement ; tous autres objets naturels. Extérieurs ou intérieurs de maisons, d'églises, d'écoles, de bureaux, de bibliothèques, statues, etc....



(F) Animaux favoris, oiseaux. — Animaux favoris (chiens, chats, etc...), animaux domestiques ou de basse-cour, animaux ou oiseaux sauvages en liberté ou en jardins zoologiques.



Le Concours "Kodak" et vos Clients

Parlez sans cesse "Concours"

Vos clients sont informés de l'existence du Concours "Kodak" Mais cela ne suffit pas... Il vous faut souvent leur en parler, leur rappeler combien ils ont intérêt à y participer, insister sur sa simplicité, sur les grandes lignes de son règlement, sur les divers points qui le rendent complètement différent de toute autre compétition du même genre, faire ressortir le sérieux de l'organisation,

nommer les personnages illustres du monde entier qui ont bien voulu nous honorer de leur patronage, citer les distingués membres du jury français qui désigneront en toute impartialité les heureux vainqueurs nationaux de chaque classe et le brillant triomphateur du Grand Prix National. Voilà ce qu'il vous faut dire continuellement à tous vos visiteurs, amis et connaissances.

Vendez l'idée du "Concours"

* Votre action suggestive doit s'exercer à un point tel que gagné par votre enthousiasme, tenté par des prix si importants, chaque client ouvrira son appareil, prendra des photos et les enverra au Bureau du Concours. Toutes les fois que

cette personne retournera à vos comptoirs, renforcez la première impression que vous lui aurez faite. Intéressez-vous à ses œuvres... Poussez-la à faire de nouvelles photos, à en prendre de plus en plus. Gonflez-la d'espérance et de possibilités.

Bénéficiez du Concours "Kodak"

C'est en semant constamment la bonne parole en faveur du Concours que vous récolterez des profits supérieurs à ceux que vous pouvez normalement réaliser. Vous connaissez l'état d'esprit de vos clients, vous savez qu'ils ont besoin d'être guidés, stimulés de temps à autre. De leur côté, ils aiment vous voir vous intéresser à eux, ils prêtent une oreille attentive à vos préceptes et ne se refusent pas à faire l'achat des articles

que vous leur conseillez. Plus qu'en tout autre moment, mettez à profit la période du Concours "Kodak" pour vous montrer plus persuasif, plus convaincant qu'à l'habitude, et vous aurez tôt fait de rassembler autour de vos comptoirs un nombre important d'amateurs dont vous aurez forgé l'enthousiasme en faveur du Concours et qui désormais ne voudront plus recourir qu'à vos seuls services pour tous leurs besoins photographiques.



Le Concours "Kodak" dure 4 mois...

L'amateur se figure qu'il a bien le temps d'y prendre part. Ne le laissez pas à cette pensée... Insistez pour qu'il fasse tout de suite son premier envoi.. Vous pourrez ainsi revenir plusieurs fois à la charge. Le temps pour vous est limité et vous devez vous efforcer de retirer du Concours le maximum de profits possibles.

Le Concours "Kodak" et votre comptoir de vente

Le Concours "Kodak" n'est pas une manifestation uniquement destinée à augmenter le prestige de la marque qui l'organise. D'autres vues plus utilitaires ont présidé à l'élaboration de cette vaste manifestation. En mettant sur pied ce Concours, nous nous sommes comme toujours attachés à développer la pratique de la photographie d'amateurs. Nous avons voulu 1^o inciter votre clientèle actuelle à faire un usage plus fréquent de son appareil, 2^o partir à la découverte d'une clientèle nouvelle, ces deux points devant naturellement amener de nouveaux achats d'appareils,

une plus forte consommation de pellicules, de papiers, d'accessoires, et l'exécution d'un plus grand nombre d'ordres de travaux photographiques. Nous avons ainsi envisagé des résultats commerciaux nouveaux, dont vous seriez vous-même les premiers à bénéficier

Le Concours "Kodak" est par conséquent un nouvel outil que nous vous avons mis en mains. Manié avec habileté, il est susceptible de vous procurer des revenus supplémentaires. Plus vous vous en servirez adroitement, plus il vous rapportera. Cela vous est relativement facile d'ailleurs...

Le Concours "Kodak" et vos ventes d'appareils, de pellicules, d'accessoires

Votre rôle consiste en premier lieu à mettre entre les mains de vos clients les meilleurs atouts susceptibles de leur faciliter le jeu et de contribuer à leur complète réussite. Tous vont vouloir plus que jamais posséder un appareil donnant des résultats certains. Guidez tout bonnement leur choix sur l'un des nombreux "Kodaks" que vous avez en votre possession.. Aux personnes faisant leurs débuts en photographie, préconisez l'emploi des Pocket "Kodaks", des "Hawk-Eyes" pliants avec anastigmat "Kodak" f. 6,3... Certains de vos clients, dans le but d'obtenir de meilleurs résultats et d'augmenter leurs chances, ont le désir, peut-être secret, d'avoir un appareil perfectionné. Devinez-les et attirez leur attention sur les

Pocket "Kodaks" Série II ou Série III, par exemple, dites-leur combien ils pourraient, avec un de ces appareils, procéder plus rapidement et plus sûrement à l'obtention de scènes prises sur le vif. Pour que dans une même famille chacun puisse prendre part au Concours "Kodak", conseillez aux parents d'offrir un "Brownie" à leurs enfants. N'ont-ils pas aussi leur chance dans notre Concours?

Il est un autre atout de tout premier ordre que vous êtes à même de fournir aux futurs participants du Concours "Kodak" la pellicule "Verichrome".. La récente apparition de cette pellicule et du film-pack a ouvert au monde photographique des horizons insoupçonnables, a augmenté la durée de la



Pas de limite au nombre des épreuves...

Tout participant au Concours "Kodak" peut envoyer autant d'épreuves qu'il le désire. Incitez vos clients à nous en faire parvenir le plus possible. Ils augmenteront leurs chances de gagner et vous en retirerez davantage de bénéfices.

journée photographique, a réduit les risques d'insuccès. Vous voulez obtenir la confiance de tous vos clients, vous voulez les voir réussir toutes leurs photos... Vendez-leur la pellicule ou le film-pack "Verichrome" et votre magasin donnera toujours asile à des figures souriantes.

Le Concours "Kodak" est de plus une merveilleuse occasion pour prôner les mérites de certains accessoires : lentilles à portrait, écrans de ciel, écrans diffusants, pieds "Kodak", Kodapods et Optipods, "Kodak" Self-Timer, etc... dont l'utilité est indéniable.

*
* *

Par ce bref aperçu, vous voyez tout ce que le Concours "Kodak" peut vous permettre de ventes supplémentaires. Si vous voulez bien tenir compte qu'un certain nombre d'amateurs ne confient à personne d'autre qu'à eux-mêmes le soin de développer leurs bobines et de

tirer leurs épreuves, vous ajouterez encore à ces ventes celles de papier Velox et de produits chimiques "Kodak" tout préparés. Voyez ainsi jusqu'à quel point peut s'étendre, grâce au Concours "Kodak", votre "tableau" de ventes pour la présente saison.

Le Concours "Kodak" et vos travaux photographiques

Votre service de travaux photographiques a également une grosse part d'avantages à tirer du Concours "Kodak" à condition, bien entendu, qu'il soit parfaitement en mesure de livrer

dans des délais rapides des clichés et épreuves de bonne qualité. Pour amplifier au mieux son activité, inspirez-vous des suggestions suivantes et efforcez-vous d'en tirer le meilleur parti possible.

Proposez toujours 2 épreuves : une pour le client, une pour le Concours

En prenant note d'un ordre de travaux, ne manquez pas de faire cette proposition : neuf fois sur dix, vos clients accepteront. Au cas où l'un d'eux ne répondrait pas de suite de façon affirmative, faute de connaître la valeur de ses clichés, il vous serait aisé, au moment de la livraison de ces derniers, de dis-

cuter avec ce client sur la qualité de ses résultats, de lui montrer la chance que pourrait avoir telle ou telle épreuve, et de lui proposer de conserver les négatifs pour faire un tirage supplémentaire que vous vous chargeriez de transmettre au Bureau Central du Concours, après avoir fait remplir la feuille d'adhésion.



Pas de limite au nombre des envois...

Conseillez à tous les participants au Concours "Kodak" de nous faire plusieurs envois... Au fur et à mesure qu'ils font de nouvelles épreuves, qu'ils nous les adressent sans retard. Vous contribuerez ainsi à augmenter leur enthousiasme pour la photographie et à en faire des habitués de votre magasin.

Faites vous-même les envois de vos bons clients — Aidez-les à sélectionner leurs épreuves

Vous professez à l'égard de vos bons clients une attention particulière. Cela se comprend, car ils forment un noyau sérieux sur lequel vous pouvez reposer l'avenir de votre commerce. Avec le Concours "Kodak", vous avez une nouvelle occasion de les combler de vos soins empressés. Lorsqu'ils viennent chercher leurs travaux, offrez-leur de voir avec eux quelles sont les épreuves qui seraient susceptibles de gagner un prix au Concours. Donnez votre avis.. Faites mettre de côté les meilleures

photographies... Dites à vos interlocuteurs que vous allez vous-même vous charger de nous en faire l'envoi et préoccupez-vous aussitôt de faire signer le bulletin de participation.

Non seulement vous rendrez ainsi service à vos clients, mais vous serez en même temps sûrs de leur adhésion au Concours. Eux-mêmes seront touchés de cette nouvelle marque de bienveillance de votre part et.. pour peu qu'ils aient la chance de gagner, leur confiance en vous ne connaîtra plus de bornes.

Parlez aussi des agrandissements pour le Concours

L'article 5 du règlement du Concours commence ainsi : « Les épreuves directes par contact et les agrandissements sont admis. Aucune photographie ne devra dépasser 20 c/m de longueur » Avez-vous songé aux recettes supplémentaires que pouvait vous procurer cet intéressant alinéa?... Réfléchissez un instant... Il vous ouvre la possibilité de suggérer à vos clients l'exécution pour le Concours, d'agrandissements d'envi-

ron 13 × 18 c/m. N'est-ce pas pour vous un point important?... Vous en profiterez en faisant remarquer à toutes les personnes possédant des épreuves de petit format susceptibles d'être primées au Concours combien celles-ci gagneraient à être agrandies pour que leurs qualités soient plus en valeur et impressionnent davantage les membres du Jury du Grand Concours National et International "Kodak"

Le Concours "Kodak" et le papier "Velox"

Tous les futurs participants au Concours qui vous confient leurs bobines à développer et à tirer espèrent vous voir leur remettre en place les meilleures épreuves qu'il soit possible d'obtenir de leurs négatifs. Pour en être bien certains, dès qu'ils ont leurs photos en mains, ils jettent un coup d'œil au dos de chacune afin de s'assurer de l'existence du mot "Velox". Cette marque est pour eux une garantie de posséder des épreuves de qualité irréprochable, des épreuves dont ils peuvent nous faire l'envoi sans aucune arrière-pensée tant

elles reproduisent fidèlement les moindres détails et les plus subtiles demi-teintes du négatif original.

L'amateur qui connaît les propriétés exceptionnelles du "Velox" en a fait depuis longtemps son papier favori et s'il s'adresse à vous pour ses travaux, c'est parce qu'il sait pertinemment que vous lui remettrez des épreuves tirées sur "Velox". Ne cherchez pas à le tromper. Faites-le au contraire profiter de tout ce qui peut contribuer à sa pleine réussite au Concours "Kodak" et vous fortifierez plus que jamais sa confiance en vous.

Le Concours "Kodak" et votre publicité

Pour bénéficier du courant d'affaires auquel le Concours a donné naissance, il importe que vous complétiez notre publicité générale par une publicité locale et régionale judicieusement établie afin de vous faire mieux connaître de vos concitoyens. En annonçant dans la presse, non seulement vous stimulerez et maintiendrez l'enthousiasme du public pendant toute la durée du Concours, mais encore vous graverez définitivement votre nom dans l'esprit des lecteurs qui sauront pouvoir trouver chez vous un

"Kodak" à leur convenance, des pellicules "Kodak", des règlements et formules d'inscriptions, et rencontrer en vous une personne qualifiée pour l'exécution soignée et rapide de leurs travaux photographiques.

Pour vous aider dans cette voie, nous tenons gratuitement à votre disposition des galvanos tout préparés, dont les modèles figurent sur l'album habituel reçu récemment par vous. Demandez-les nous au plus tôt et utilisez-les dès réception.

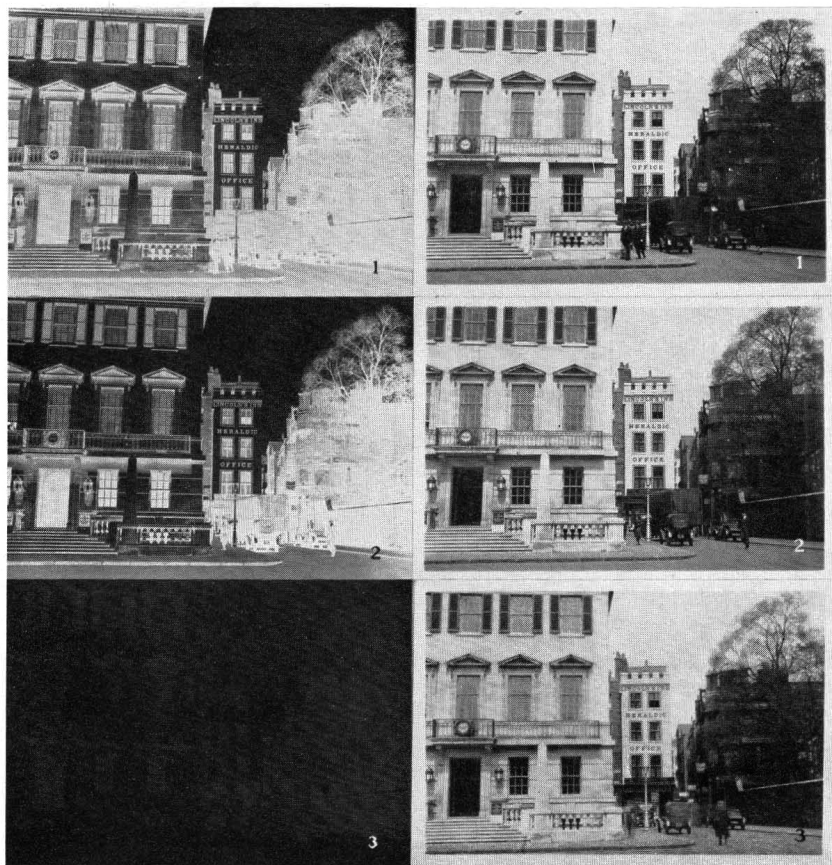


Notre matériel de vitrine "Concours" est-il en bonne place?

Pour que le public soit attiré par votre vitrine, que celle-ci lui rappelle nos annonces et le pousse à pénétrer dans votre magasin, il vous faut soigner votre exposition. Notre important matériel de publicité "Concours" vous permet d'envisager plusieurs projets. En voici un dont vous pouvez vous inspirer si vous voulez composer une vitrine particulièrement effective.

LA PELLICULE "VERICHROME"

*La pellicule qui bat tous les records, ouvre la
voie aux plus importants profits photographiques*



De 1 à 2.400

Pour vous donner une idée plus complète de l'extraordinaire latitude de la pellicule Verichrome, nous reproduisons ci-dessus trois types de négatifs obtenus dans des conditions différentes et les épreuves tirées de chacun d'eux :

Le négatif n° 1 a été exposé pendant 1/40^e de seconde à l'ouverture F : 32.

Le négatif n° 2 a été exposé pendant 1/40^e de seconde à l'ouverture F : 11

Le négatif n° 3 a été exposé pendant 2 secondes à l'ouverture F : 6,3.

La différence entre l'exposition du négatif n° 1 (sous-exposé) et celle du négatif n° 3 (sur-exposé) est exprimée par la proportion de 1 à 2.400. Le négatif n° 2 au centre a été correctement exposé.

Les épreuves représentées n'ont pas été retouchées, elles sont l'exacte reproduction des trois épreuves obtenues, comme vous le faites couramment, de ces trois négatifs.

LA pellicule "Verichrome" a reçu dès son apparition un accueil qui a largement dépassé les espérances les plus optimistes. Chacun a voulu la connaître, l'essayer, s'assurer de son ultra-rapidité, de sa haute sensibilité aux verts et aux jaunes, de sa latitude extraordinaire, de son anti-halo pratiquement absolu, et ces premiers essais ont tellement été concluants que la pellicule "Verichrome" a obtenu du premier coup les faveurs de tout le monde photographique. Désireux de répondre sans retard aux demandes de vos clients, vous avez tenu tout de suite à vous approvisionner et, d'après vos premières ventes, d'après les négatifs "Verichrome" qui vous ont été confiés à développer et à tirer, vous avez pu vous rendre compte à la fois de l'impression favorable que la pellicule "Verichrome" a produite et des résultats incomparables qu'elle procure. D'ailleurs, pour être plus avantageusement renseigné à son sujet, vous avez voulu en faire vous-même l'expérience en prenant en lumière défavorable des photos de scènes considérées comme difficiles. Bien en vue sur votre comptoir, ces négatifs permettent à vos clients de remarquer et d'apprécier les qualités uniques de la "Verichrome". Quand vous donnez des détails

complémentaires sur les conditions dans lesquelles vous avez opéré, chacun s'étonne et reste émerveillé. Et cette impression favora-

ble ne fait que s'accroître lorsque vous citez les avantages et les possibilités d'action de la nouvelle pellicule "Verichrome"

Ce que vos clients doivent savoir sur la pellicule "Verichrome"

La "Verichrome" est la pellicule qui bat tous les records. La "Verichrome" est émulsionnée à double couche : une émulsion rapide et une émulsion lente. Il en résulte que :

La "Verichrome" est beaucoup plus rapide que n'importe quelle autre pellicule, ce qui atténue considérablement les risques de sous-exposition.

Les risques de la sur-exposition disparaissent également, la "Verichrome" possédant une latitude incroyable. Les deux causes d'insuccès les plus courants se trouvent ainsi réduites au strict minimum.

La "Verichrome" donne une extrême finesse de détail dans les hautes lumières aussi bien que dans les ombres les plus profondes.

La "Verichrome" est beaucoup plus sensible aux verts et aux jaunes, couleurs qui prédominent dans la nature et qui ren-

dent les paysages admirables et riants.

La "Verichrome" élimine définitivement le halo. L'émulsion à double couche et la substance de coloration rouge étendue au dos absorbent tous les rayons lumineux susceptibles de gêner la netteté des contours.

Les négatifs faits sur "Verichrome" sont translucides, au lieu d'être transparents. Un procédé spécial leur donne un merveilleux effet de dépoli qui permet d'apprécier d'un seul coup d'œil les qualités mentionnées ci-dessus.

La "Verichrome", malgré tous ces avantages, est vendue à un prix légèrement supérieur à celui de la pellicule "Kodak".

La pellicule et le film-pack "Verichrome" sont en vente dans tous les formats courants : l'un comme l'autre portent la bande damier noir et rouge sur la boîte jaune et le mot "Verichrome".

Les possibilités d'action de la pellicule "Verichrome"

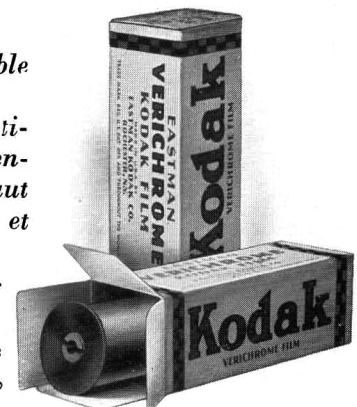
En principe, il était jusqu'alors recommandé avec la pellicule "Kodak" de travailler de 2 h. 1/2 après le lever du soleil jusqu'à 2 h. 1/2 avant son coucher. La rapidité bien supérieure de la pellicule "Verichrome" est venue bouleverser cette théorie, à un tel point que la journée photographique se trouve allongée de l'ordre de 20 %, la prise d'instantanés étant rendue possible de une heure après le lever du soleil jusqu'à une heure avant son coucher. Du même coup, l'opérateur devient beaucoup plus indépendant de la lumière brillante, ce qui lui permet de travailler quel que soit le temps, et d'aborder la photographie de certains sujets considérés jusqu'à présent comme difficilement réalisables : sujets en mouvement, instantanés en intérieur, etc.. Il s'ensuit que la pellicule "Verichrome" offre à tout amateur la possibilité de se servir beaucoup plus de son appareil, l'incite à consommer beaucoup plus de pellicules et le pousse à vous remettre beaucoup plus d'ordres de travaux.

La pellicule "Verichrome" est donc pour vous un précieux auxiliaire et vous avez tout intérêt à favoriser le plus possible sa diffusion.

Parlez-en à tous vos clients... Tenez-les au courant de ses propriétés extraordinaires... Montrez-leur les négatifs que vous avez obtenus vous-même... Conseillez leur d'en faire l'essai... Ils ne s'y refuseront pas, tant est grand leur désir de voir tous leurs clichés réussis. Ils en seront du premier coup à ce point satisfaits qu'ils accorderont désormais toutes leurs préférences à la pellicule "Verichrome".

*Ultra-rapide...
Translucide...
Émulsionnée à double
couche...
Possédant une latitude
accrue... Sensible au plus haut
degré aux verts et
aux jaunes...
Éliminant définitivement
le halo.*

telle est la pellicule
"VERICHROME"



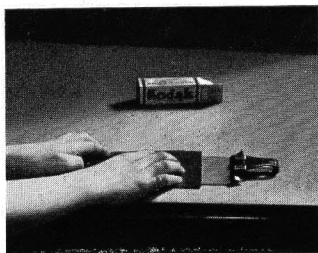
Avant de procéder au développement des pellicules et film-packs "Verichrome"...

Vérifiez l'éclairage de votre laboratoire

Les pellicules et film-packs "Verichrome" peuvent être manipulés dans le même laboratoire et dans les mêmes solutions de développement employés habituellement par vous. Mais la "Verichrome" est beaucoup plus sensible

à la lumière rouge. Exposée à une lumière rouge qui est ou trop forte ou trop rapprochée, elle risque de subir un voile plus ou moins étendu qui peut nuire à ses incomparables qualités et... à votre réputation d'expert.

Faites un essai de votre éclairage de laboratoire



Recouvrez avec une carte une bande de pellicule "Verichrome" en laissant à une extrémité 5 c/m exposés à la lumière du laboratoire.

Coupez dans sa largeur une pellicule "Verichrome" en 3 bandes à peu près semblables et, autant que possible, en pleine obscurité. Prendre une de ces 3 bandes, en maintenir les extrémités par une pince et la disposer horizontalement, la face émulsionnée

dessus, sur la table où se fait habituellement le débobinage des pellicules. Les deux autres bandes devront être mises de côté, à l'abri de toute lumière.

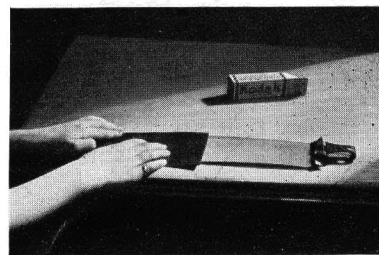
Avec un carton un peu plus large que la pellicule, couvrez la surface de cette dernière, en laissant seulement libre environ 5 c/m de pellicule à l'une des extrémités. Laissez cette partie de pellicule exposée à votre lanterne de laboratoire pendant une minute, ensuite reculez le carton sur la pellicule de 5 autres centimètres ; exposez cette seconde section pendant une minute, et ainsi de suite jusqu'à ce que vous ayez exposé 5 sections pendant 5 minutes. La première section aura été ainsi exposée pendant 5 minutes à la lumière rouge, la seconde section 4 minutes et la dernière section, une minute. La partie de la bande d'essai qui restera sous le carton n'aura naturellement pas été exposée à la lumière rouge. Dans l'obscurité totale, développez cette bande d'essai dans votre bain de développement habituel et pendant la même durée que pour une pellicule "Kodak". Fixez et séchez comme à l'habitude.

N.-B. Tant que la pellicule "Kodak Verichrome" n'a pas été complètement traitée et soigneusement séchée, elle donne l'impression d'avoir été voilée. Cet état disparaît, à moins que cette pellicule ait été réellement voilée, lorsque le séchage est terminé. Sa présence temporaire est due à la translucidité de la "Verichrome", propriété qui lui est exclusive.

Si, après fixage et séchage, la bande d'essai marque un voile, vous saurez que votre éclairage rouge n'offre pas une sécurité absolue pour le traitement des pellicules "Kodak" et qu'il ne peut pas du tout convenir pour la manipulation des pellicules "Verichrome".

Dans ces conditions, il importe que vous procédiez sans retard aux changements nécessaires dans l'éclairage du laboratoire ; ceux-ci effectués, prenez une seconde bande d'essai et opérez exactement comme vous l'avez fait avec la première. D'après le résultat obtenu, vous jugerez si la lumière rouge est encore trop forte et nécessite d'autres changements dans votre installation. Passez ensuite à l'essai final en utilisant la 3^e et dernière bande de pellicule.

Pour le développement des film-packs "Verichrome", pendant que vous suspendez les pellicules une à une après les pinces, faites surtout bien attention de ne pas laisser celles qui restent sur la table exposées trop près de la lumière rouge.



Exposez cinq sections de 5 c/m de pellicule "Verichrome". La partie de la bande restant alors sous la carte ne doit pas être exposée.

Suggestions pour l'arrangement de l'éclairage du laboratoire

Il arrive quelquefois que vos lampes transmettent une lumière rouge trop forte à l'endroit où sont manipulées les pellicules. En augmentant de quelques centimètres la distance qui sépare la lanterne de cet emplacement, l'éclairage offrirait une sécurité absolue.

D'autre part, il arrive parfois que sont utilisées des ampoules beaucoup trop fortes pour l'écran employé. Ce fait se produit généralement lorsqu'une lampe fournie avec un écran rouge devient inutilisable ; étant toujours pressé, l'opérateur la remplace souvent par une lampe d'un voltage plus élevé et n'y pense plus par la suite. Ainsi il n'est pas étonnant de voir une lampe de 75 watts prendre place dans une lanterne qui ne devrait être munie que d'une 25 watts. Cette constatation est surtout faite quand l'opérateur a procédé lui-même à l'installation de son éclairage de laboratoire. Aucun écran ne doit être employé s'il

n'a pas été fabriqué tout spécialement pour cet usage et si son inactinisme n'a pas été éprouvé au préalable. Au cas où vous utiliseriez en temps normal notre écran de sécurité "Wratten" série I, il est nécessaire, pour les manipulations de la "Verichrome", de le remplacer maintenant par un écran série II.

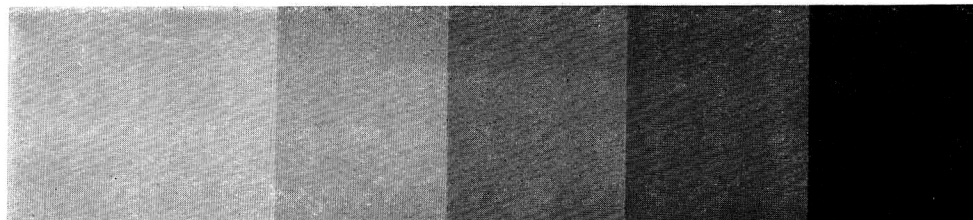
La lanterne Wratten munie de l'écran de sûreté Wratten donne le maximum de lumière en même temps qu'elle procure la plus grande sécurité. Pour que ses radiations lumineuses soient sans effet sur les émulsions des pellicules ou film-packs, il importe cependant : 1° de la mettre à une distance convenable (environ 75 c/m) de l'endroit où sont effectuées les manipulations des pellicules et film-packs ; 2° de lui adapter l'écran de sûreté qui convient avec les émulsions employées ; 3° d'employer une ampoule du même voltage que celui indiqué par le fabricant.

Avantages résultant de ces essais et changements

L'extraordinaire sensibilité de la pellicule "Verichrome" est appelée à augmenter dans de fortes proportions le nombre des négatifs tirables et à vous valoir des quantités d'ordres de travaux.

Pour obtenir les résultats désirés, l'éclairage

de votre laboratoire doit être absolument sûr. N'hésitez pas, au cas où vous seriez embarrassé à ce sujet, à recourir à nos services. Nous sommes à votre entière disposition pour vous donner tous les renseignements complémentaires dont vous auriez besoin.



La première bande d'essai après fixage et séchage. Au dessus d'une minute d'exposition, l'éclairage du laboratoire n'offre plus aucune sécurité pour la "Verichrome".



La seconde bande d'essai après fixage et séchage. Au-dessus de 3 minutes d'exposition, l'éclairage du laboratoire n'offre plus aucune sécurité pour la "Verichrome".



La troisième bande d'essai après fixage et séchage. Pour une exposition de 5 minutes l'éclairage du laboratoire est absolument sûr pour la "Verichrome".



Ciné-“Kodak”

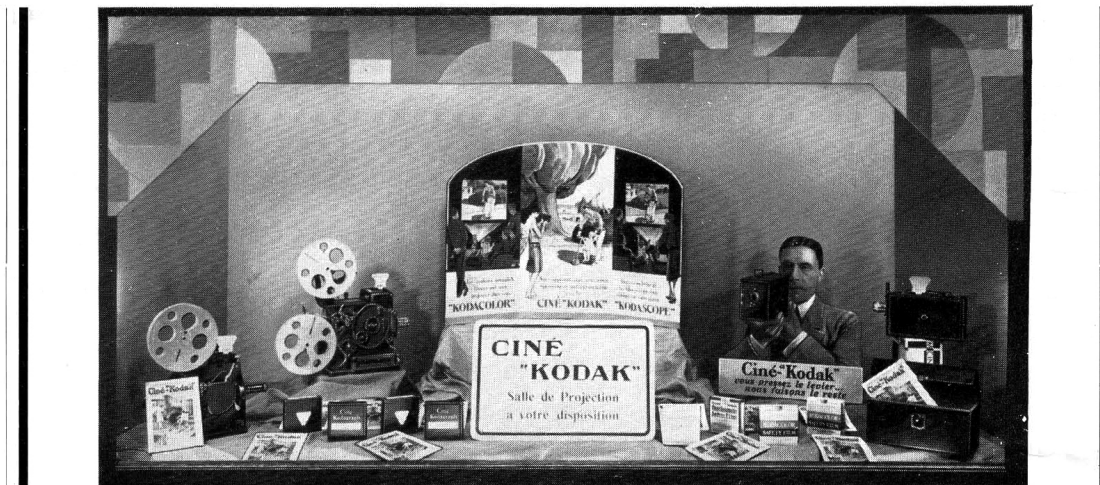


Préparez l'avenir de votre commerce

Le Concours 'Kodak ne saurait vous faire oublier l'intérêt que vous devez porter à cette branche également importante de votre commerce : la cinématographie d'amateurs. Quoiqu'elle ne groupe pas encore un nombre illimité d'adeptes, il est indiscutable que sa progression se fait de jour en jour plus constante.

Combien de personnes de votre connaissance se sont plu à admirer la simplicité de fonctionnement du Ciné- 'Kodak et les merveilleux souvenirs vivants que cet appareil peut enregistrer à tout jamais... Combien d'entre elles ont été intéressées par vos offres sans cependant y donner sur l'instant la suite favorable que vous auriez espérée.. Ce sont là, croyez-le bien, autant d'individualités convaincues des joies que le Ciné-“Kodak” met à leur portée et qui, sur la moindre pression de

vos part, sont susceptibles de vous acheter le matériel dont vous leur avez tant de fois vanté les mérites. Ne vous contentez pas de ces premières démarches infructueuses... Revenez à la charge. Faites de nouvelles offres, de nouvelles démonstrations, de nouvelles projections... Présentez les derniers Ciné-“Kodaks” mis sur le marché, les modèles K et M... Faites ressortir les perfectionnements apportés à chacun d'eux et n'hésitez pas, toutes les fois que vous le jugez utile, à prendre un ou deux films d'essai. Cette heureuse initiative vous permettra dans bien des cas de vaincre les dernières résistances et, en même temps que vous réaliserez d'importantes ventes de matériel Ciné-“Kodak”, vous arriverez à rassembler à vos comptoirs une clientèle de gens aisés dont le pouvoir d'achat élevé aura sur votre commerce l'influence la plus profitable.

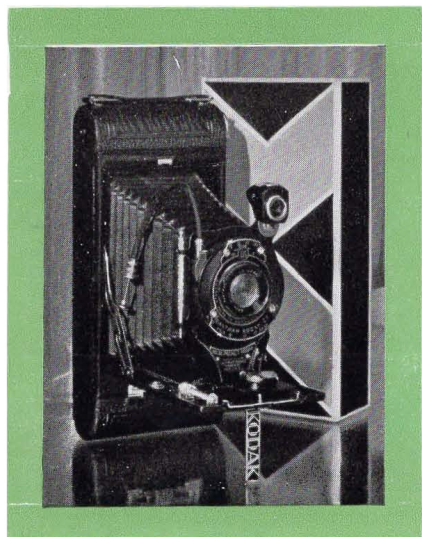


... Et confectionnez une vitrine Ciné-“Kodak”

Exposez les Ciné- Kodaks', les Kodascopes et les différents éléments du matériel Ciné-“Kodak” et Kodacolor' pour la prise de vues et la projection. Vous forcerez le public à s'intéresser au cinéma d'amateurs... Vous aurez à répondre à de nombreuses demandes de renseignements, à faire quelques séances de projection, mais en revanche, quels résultats!... Des ventes importantes qui vous rapporteront des bénéfices élevés.

Société Anonyme Française KODAK-PATHÉ pour l'importation des appareils et accessoires “Kodak” fabriqués aux Etats-Unis d'Amérique par Eastman Kodak Co. et en Angleterre par Kodak, Limited.

Les Pocket "Kodaks" et le Concours...



*Le Pocket "Kodak" N° 1A
avec anastigmat "Kodak" F 6,3*

Tous les futurs participants au Grand Concours National et International "Kodak" doivent avoir entre les mains un appareil simple à faire fonctionner, permettant de travailler rapidement et donnant en toutes circonstances des photos d'une irréprochable netteté.

Ne cherchez pas... Guidez de suite leur choix sur les Pocket "Kodaks" Ce sont des appareils sûrs qui sont surtout très appréciés, car ils permettent le contrôle constant de la mise au point par un bouton molleté. Aux yeux de beaucoup de gens ce détail a son importance, tant il leur plaît de procéder eux-mêmes au réglage précis de leur appareil.

Les Pocket "Kodaks" sont de plus très peu coûteux · l'importante baisse de prix dont nous les avons fait bénéficier au début de l'année les rend accessibles à toutes les bourses. Deux d'entre eux sont particulièrement avantageux, en raison de l'excellence de leur optique . ce sont ceux montés avec anastigmat "Kodak" F. 6,3 et obturateur Kodex, vendus au détail le n° 1 : 300 francs, le n° 1A : 350 francs.

N° 1 - 6×9 c/m

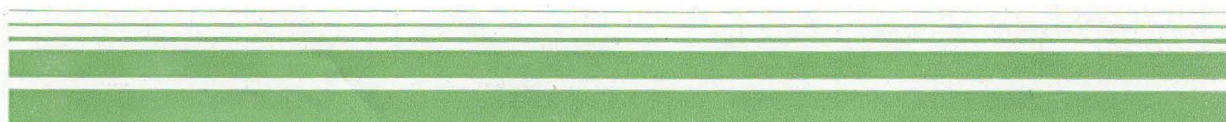
N° 1A - 6½×11 c/m

Pocket "Kodaks"

N° 2C - 7¼×12½ c/m

N° 3A - 8×14 c/m

*Insistez auprès de tous vos clients pour qu'ils vous achètent un Pocket "Kodak"..
Vous leur procurerez un des plus sérieux éléments de réussite au Concours "Kodak".*



*« ...Vous devriez
prendre deux bobines »*

Faites cette
heureuse suggestion...
Vous réaliserez des
ventes supplémentaires



Lorsqu'un client vous demande une pellicule "Kodak", il fait plus que de s'approvisionner du matériel nécessaire au fonctionnement de son appareil. La petite boîte jaune représente pour lui la perspective d'éprouver le plaisir de prendre des photos et la satisfaction de les voir réussies selon ses désirs.

Sans faire le moindre effort supplémentaire, vendez-lui deux bobines et du même coup vous doublerez vos profits sur vos ventes de pellicules et vos ordres de travaux.

Des suggestions opportunes amènent des ventes supplémentaires

Celle-ci : « Vous devriez prendre deux bobines » reste rarement sans suite. Vos clients savent qu'un merveilleux instantané se présente généralement sitôt que la dernière exposition est faite et que les occasions de faire de la photo par un après-midi ensoleillé sont plus nombreuses que la capacité d'une simple bobine de pellicule.

En considération du plaisir procuré à vos clients et du profit supplémentaire que vous en retirez, proposez donc toujours deux bobines de pellicule.

La nouvelle pellicule ' Verichrome ' ultra-rapide, émulsionnée à double couche, translucide, sensible au plus haut degré aux verts et aux jaunes, éliminant définitivement le halo, assure en toutes circonstances le plus grand pourcentage de clichés réussis. Conseillez l'emploi de la pellicule ' Verichrome ' en boîte jaune à bande damier noir et rouge, garantie de pleine réussite.

