

JIMO

4^e ANNÉE - N° 1.

Information

RADIO: 49-602.
49-1401.
45-2810.

1949



JIMO

Information

Rédacteur : P. de VREESE.

É D I T O R I A L

Voici à nouveau « JIMO-INFORMATION » qui vient vous retrouver. C'est une vieille connaissance que vous n'avez plus revue depuis un certain temps déjà, mais qui désire renouer avec vous des relations cordiales et suivies.

Chaque mois, ou mieux, chaque fois que les circonstances le justifient, il sera près de vous pour vous rendre service et nous ne doutons pas que vous l'appréciez d'autant plus que vous aurez mieux appris à le connaître.

En feuilletant ses pages, vous reconnaîtrez les schémas d'appareils de radio et autres que vous vendez, et qui vous seront donc nécessaires. Vous y trouverez des explications illustrées sur le fonctionnement et le montage de nos appareils ainsi que de multiples informations commerciales qui, nous le savons, vous intéressent toujours vivement.

Vous lirez aussi avec intérêt nos informations proprement dites sur le matériel disponible, les articles nouveaux que nous présentons, ainsi que des conseils pratiques pour l'utilisation de nos appareils.

Au surplus « JIMO-INFORMATION » sera animé par diverses chroniques dont la responsabilité a été distribuée à ceux des collaborateurs spécialisés dans cette branche à la Sté JIMO. Ils vous entretiendront périodiquement d'une question plus spécialement de leur domaine. Vous pouvez compter qu'ils sont prêts à vous renseigner à votre demande sur tout problème de leur spécialité.

Nous voulons faire de « JIMO-INFORMATION » un lien de plus entre votre Maison et la nôtre. Nous en ferons un messageur sympathique qui vous exposera la politique générale de JIMO et sera tout pénétré d'un esprit commercial progressiste et efficace. Nous serons toujours heureux de lire vos critiques et vos suggestions. Écrivez-nous donc.

Notre ambition est de vous aider dans vos ventes et de vous constituer une documentation que vous feuillerez souvent, utilement et avec plaisir.

J. MOREAU



CHRONIQUE PUBLICITAIRE

DEVANT LA VITRINE DE VOTRE MAGASIN... journalièrement des centaines de personnes passent.

C'est précisément ce qu'elles ne devraient pas faire; elles devraient s'arrêter et s'attarder.

Un étalage doit accrocher, retenir, tenter et vendre. C'est là tout l'art de l'étalagiste et tous les moyens mis en œuvre ne sont que des étapes vers ces buts.

Réalisez donc un étalage qui « barre » le trottoir, prenne le passant par la manche et l'amène dans votre magasin. L'attention sollicitée par le spectacle de la rue doit être aimantée par l'ordonnance générale de l'étalage et le petit détail personnel qui frappe et retient.

Dans un entrepôt les marchandises attendent empilées. Votre magasin n'est pas un entrepôt... ni votre étalage. N'en faites pas un désert au milieu duquel deux ou trois pièces perdues rappellent fâcheusement des palmiers solitaires. Que la surabondance ne le fasse pas non plus ressembler à un bazar oriental. La surcharge éloigne l'intérêt et décourage l'attention. Souvenez-vous que ce n'est pas avec tout un pommier qu'Eve a tenté le premier homme. Ne dispersez donc pas l'attention de ceux qui regardent votre étalage. Situez-les avec relief quelques articles et sachez vous borner.

Un étalage doit aussi créer chez le spectateur le désir d'acheter. Personne, soyez-en convaincu, n'a jamais acheté un appareil de radio, un appareil ménager ou un réfrigérateur. Ce que vos clients ont acheté c'est de la musique, du confort, le plaisir que procurent les aliments frais. Offrez-leur donc ce qu'ils désirent. Que votre étalage leur dise ce

que vos articles procurent. Qu'il le dise en images, en couleurs et d'une manière convaincante.

Les passants doivent devenir des clients; votre étalage n'est pas uniquement un panneau publicitaire. C'est le visage de votre entreprise, un visage qui doit être souriant et accueillant. N'isolez-donc pas votre étalage du restant de votre entreprise. On ne coupe pas la tête du corps. Que votre étalage conduise le passant de la vitrine au comptoir.

Ce sont là quelques principes et nous aurons l'occasion dans nos prochaines rubriques de causer des moyens.

H. GALOPIN.



RADIO-PHONO PHILCO 1401 — Prix : Frs 4950.

Philco portatif 602.

Une bonne nouvelle...

Le poste portatif PHILCO 602 a dès sa présentation sur le marché connu un succès sans précédent. Ce petit modèle portatif d'une si agréable présentation a tout de suite connu la faveur du public dont l'engouement n'est pas près de s'éteindre.

La qualité PHILCO a fait ses preuves et malgré l'épuisement total de nos stocks importants de ce modèle 602 nous sommes journalièrement l'objet de nombreuses demandes de la part de nos distributeurs que nous sommes au regret de ne pouvoir satisfaire.

Enfin voici que bientôt nous serons à nouveau à même de fournir le petit poste portatif. La bonne nouvelle se confirme, dans le courant de décembre nous recevrons un nouvel arrivage. Les amateurs seront nombreux. Si vous en désirez ne perdez pas de temps.

NOTRE PAGE DE COUVERTURE

Un appareil de radio de marque complète le confort et achève le cachet d'intimité du home. La sélectivité et la qualité de l'audition sont évidemment les facteurs premiers de l'agrément qu'il procure.

Le PHILCO TROPIC 2810, présenté en couverture, réunit les qualités techniques de fidélité, de musicalité, de sélectivité, joints à l'avantage d'une présentation sobre et distinguée qui cadre avec tout intérieur.

3 gammes; P. O. - M. O. - G. O., cadran étalonné en noms de stations... et il ne coûte que 3.950 francs.

CHRONIQUE VENTE

A propos du prix.

Le prix est avant tout un « rapport » de qualité. Il y a tout un art non seulement à fixer mais à énoncer un prix.

L'argument de vente qui importe c'est : CE QUE VOUS VENDEZ. Ce n'est pas le prix qui doit vous faire vendre. Le prix est un modeste suivant. Il vous faut justifier votre article devant votre client. Fondez et assurez son désir d'acheter. Démontrez-lui combien il a raison d'acheter ce que précisément vous désirez lui vendre.

Vous avez gravi la côte. Vous pouvez maintenant puisque vous avez déjà justifié votre prix, le proposer sans gêne comme sans agressivité pour ce qu'il est réellement : un élément de toute vente et la condition de l'acquisition qui satisfera votre amateur.

Beaucoup de ventes se laissent entrevoir. A portée de la main... elles ne se réalisent pas. L'énoncé du prix a retenti au moment critique comme un signal d'alarme pour votre « prospect ». Le feu rouge s'est allumé qui a stoppé votre effort et fait évanouir votre espoir.

Si cela vous arrive, soyez-en sûr, vous n'avez pas avancé le prix comme il le fallait, quand il le fallait.

Justifiez le désir qu'a votre client d'acheter, démontrez-lui qu'il a raison d'acheter et qu'il doit acheter ce que vous lui offrez et alors « dites » le prix.

Celui-ci ne sera plus un obstacle, mais au contraire pour l'acheteur une nouvelle étape sur la voie de l'acquisition qu'il désire.

Eug. DEFOOZ.



Conseil à tous nos distributeurs de Frigos

Avant de raccorder le frigo chez votre client, il est indispensable de contrôler très soigneusement la tension du réseau.

En effet, si la tension du courant qui alimente le frigo est supérieure à 110 Volts (valeur théoriquement prévue) l'ampérage sera trop élevé dans le moteur et par conséquent dans le relai.

Dès lors, la protection thermique du relai déclanche, empêchant le fonctionnement normal du thermostat dont le rôle est de couper le courant lorsque la température voulue est atteinte.

Dans la pratique, il faudra donc, si l'on a par exemple un secteur 220 Volts survolté, raccorder le transfo sur la prise de 240 Volts, afin d'obtenir un ampérage normal au moteur.

CHRONIQUE COMPTABLE

Introduction.

Cette chronique - quoique destinée en ordre principal aux commerçants dont l'ampleur des affaires ne justifie pas l'emploi à demeure d'un comptable - constituera un exposé clair et concis de la comptabilité à tenir par les commerçants et les artisans.

Les notions qui feront l'objet de nos chroniques leur permettront, dans un avenir que nous essaierons de rendre le plus proche possible, de tenir leur comptabilité soit eux-mêmes, soit par l'intermédiaire d'un membre de leur famille.

Elles permettront également à certains d'entre eux de réduire les frais généraux qui, bien souvent, grèvent lourdement leur budget.

Nous estimons que borner uniquement nos chroniques à l'objet exposé ci-dessus serait totalement insuffisant. Aussi, nous nous tenons à l'entière disposition de nos fidèles lecteurs pour leur répondre par la voie de cette rubrique à toute question qu'ils voudraient nous poser quant à la comptabilité.

Nous osons espérer qu'envisagée sous cet angle, notre chronique sera appelée à rendre services et à résoudre les difficultés que pourraient rencontrer ceux que la chose intéresse.

G. PARMENTIER.



K. M. LIQUIDIZER

10 francs égalent un catalogue Philco...

NON, rien de plus faux. 10 frs = à peine le bénéfice de vente d'un boîtier. Autant dire deux fois rien.

MAIS si avec ces 10 frs vous achetez un catalogue JIMO-PHILCO que vous distribuez parmi d'autres à vos clients vous vous procurez des ventes accrues et des BÉNÉFICES MULTIPLIÉS.

Une dépense insignifiante vous procure un incomparable instrument de publicité effective.

10 frs = des AFFAIRES - DU BÉNÉFICE.

Ne tardez pas, commandez la quantité de catalogues qui vous est nécessaire - adressez-vous éventuellement à nos représentants qui en sont munis.

Distribuez-les en quantité et surveillez l'ascension de votre chiffre d'affaires.

Modifications à nos tarifs

2810 brun : frs 3.950.—
2810 I : frs 3.950.—
30-4007-Cond. de Delco : frs 39.
45-3020 Anten. rentr. 56" frs 375.
43-4501 Dyn. tester t. 7030 3.485

La solution harmonieuse d'un problème depuis longtemps posé.

Le radio-phonos PHILCO 1401 réalise en un modèle de table la combinaison d'un poste de radio superhétérodyne, 5 lampes, ondes moyennes (cadran étalonné en noms de stations) 110 Volts alternatif et d'un pick-up jouant indifféremment les disques de 25 ou 30 cm.

Un procédé original d'entraînement latéral vous dispense des manœuvres compliquées lors du changement de disque. Entrez sans plus le disque dans le tiroir et le pick-up démarre à la fermeture, s'arrête à l'ouverture du tiroir et reprend le disque à son début si vous le fermez à nouveau.

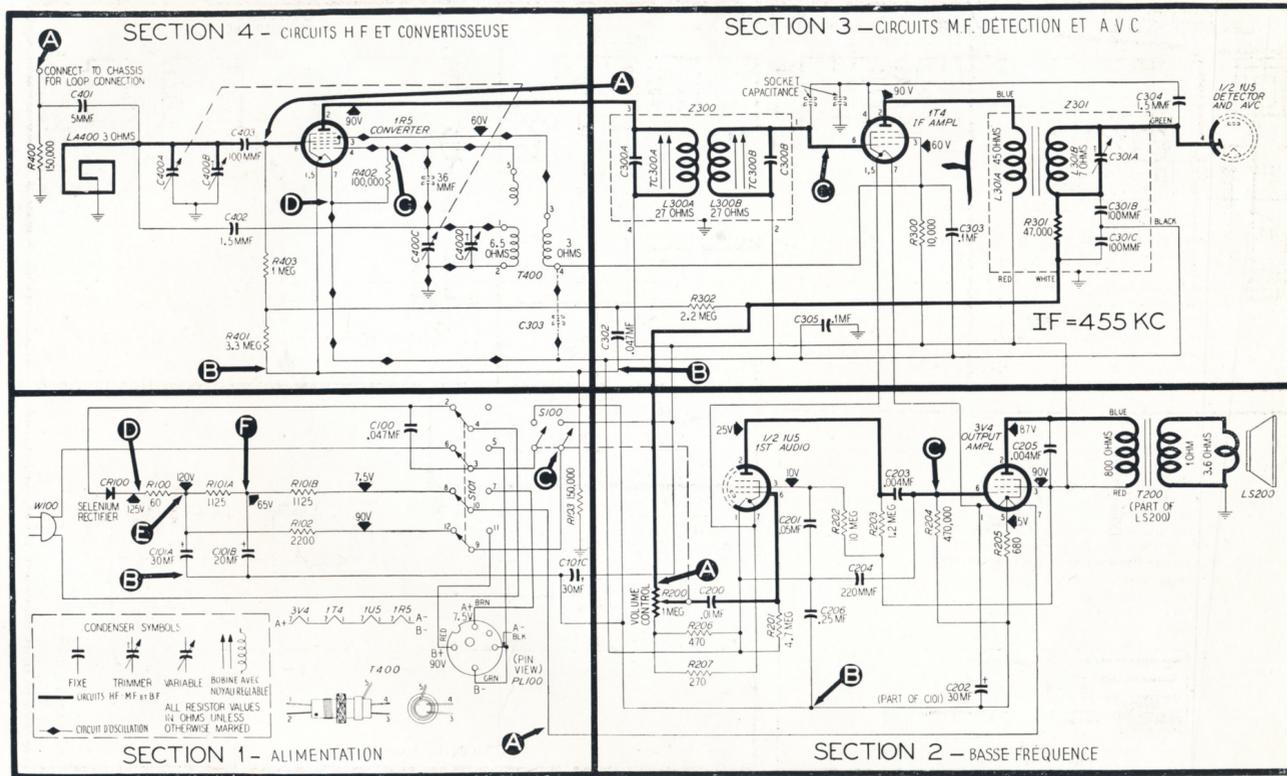


Schéma de Radio PHILCO - Modèle 49-602

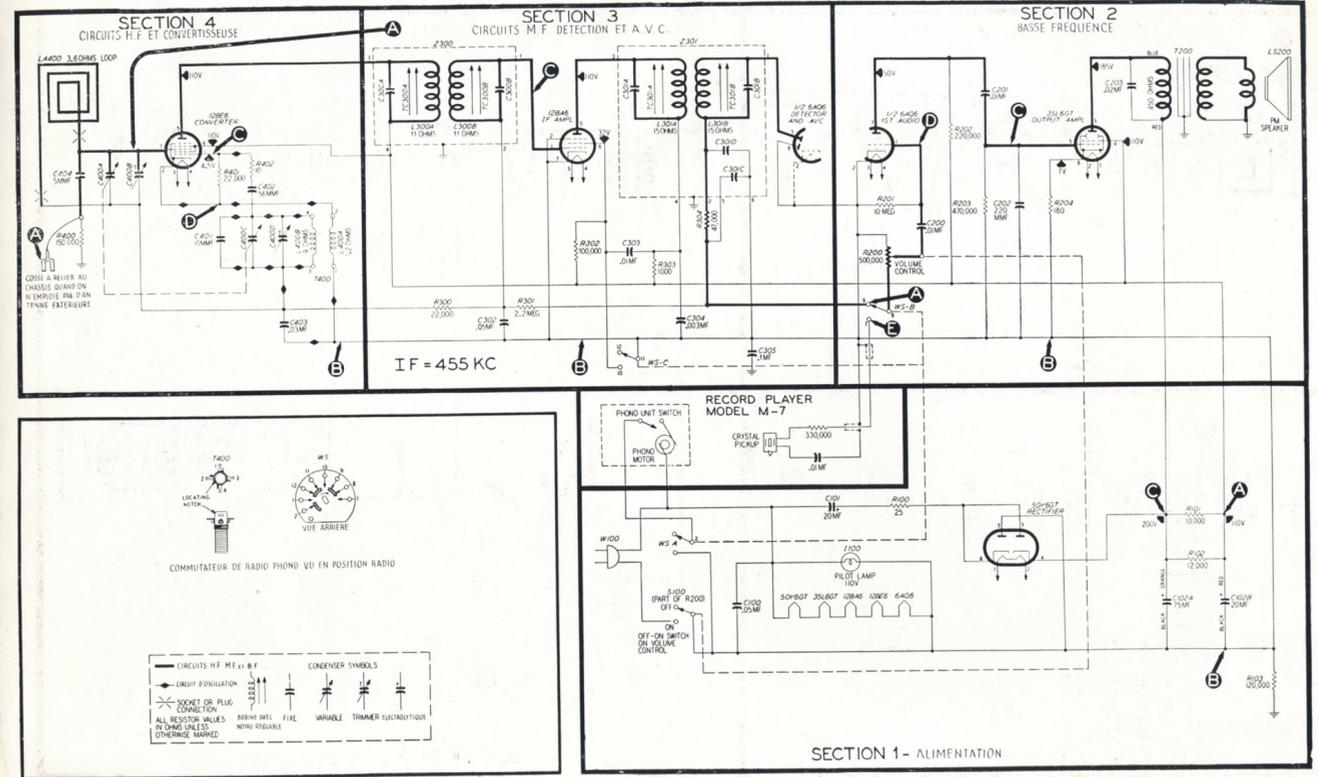


Schéma de Radio PHONO-PHILCO - Modèle 49-1401

RADIO PHILCO
Modèle 49-602

Le RADIO-PHILCO - modèle 49-602 est un appareil portable superhétérodyne, 4 tubes, donnant la gamme de 190 mètres à 550 mètres. Le cadre à haute impédance incorporé dans le boîtier donne une bonne réception, cependant il est prévu une connexion pour raccorder une antenne extérieure si nécessaire. Le cadre attaque directement la grille de la 1R5 convertisseuse.

Le tube 1T4 est employé comme simple étage haut gain pour les amplificateurs moyenne fréquence.

Un condensateur de 1,5 m.m.f. C304 injecte en phase une partie de la tension moyenne fréquence à la grille de la 1T4 par la capacité du support du tube.

Un tube 1U5 diode pentode est employé comme détectrice a.v.c. et première basse fréquence.

La section pentode est couplée par résistance à la 3V4 pentode finale, laquelle actionne un haut parleur permanent.

Les tensions continues sont obtenues soit d'une batterie PHILCO type P. 361 ou d'un réseau de 105 à 120 Volts courant continu ou alternatif.

Pour l'usage sur secteur les tensions de plaque-grille et filament sont données par une redresseuse au silicium C R 100.

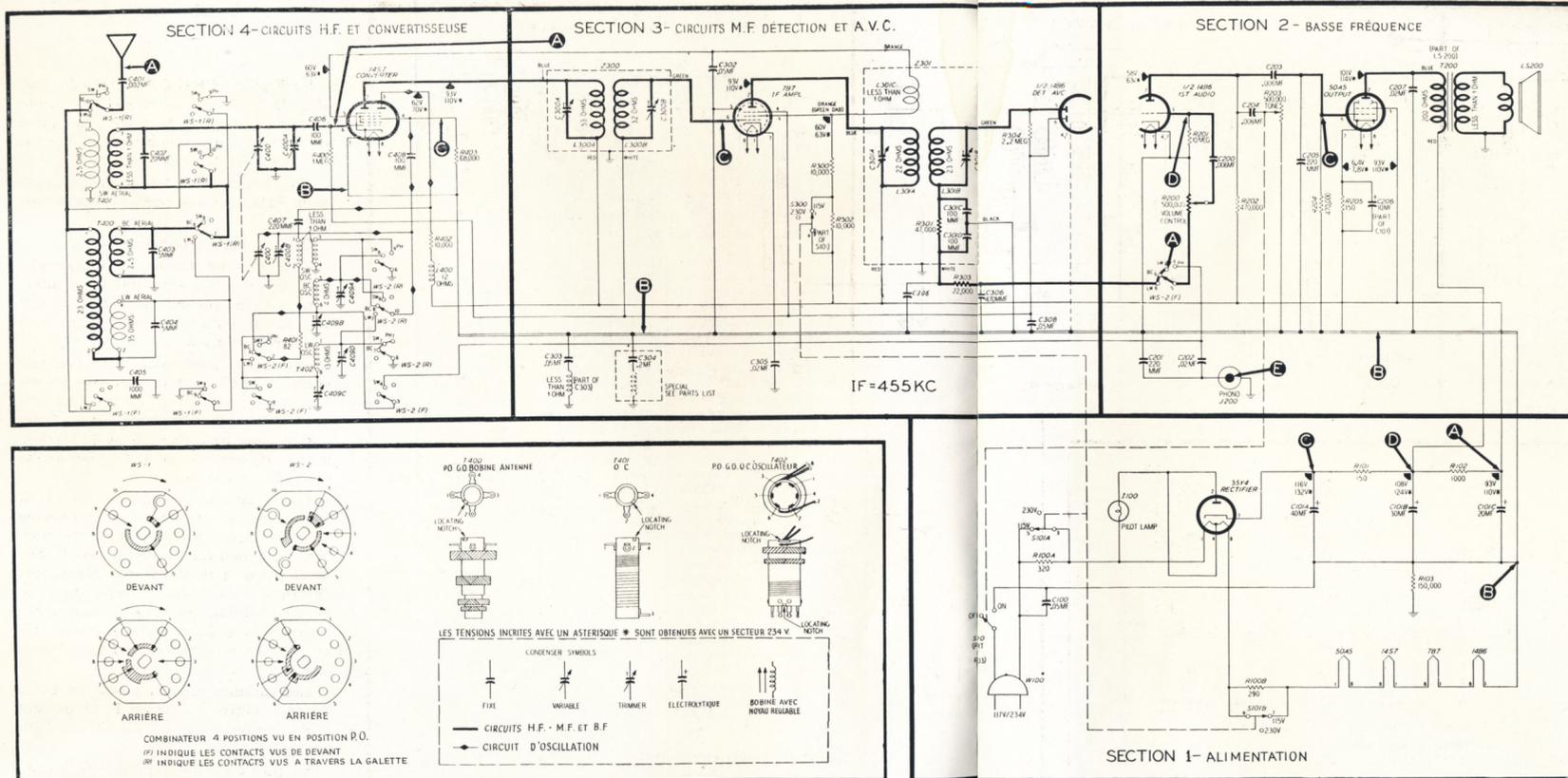


Schéma de Radio PHILCO-TROPIC - Modèle 48-2810

RADIO PHILCO-TROPIC
Modèle 48-2810

Le RADIO PHILCO-TROPIC - modèle 48-2810 est un modèle de table superhétérodyne à 5 tubes. Une prise est prévue pour connecter un pick-up du type à haute impédance.

Une antenne extérieure dans le genre de la PHILCO n° 45-1494 est nécessaire.

Il n'y a pas de borne de terre.

L'appareil fonctionne sur réseau 115 ou 230 volts, courant continu ou alternatif. Le changement de voltage se fait au moyen d'un interrupteur placé à l'arrière du châssis.

Cet appareil est muni des tubes suivants : 14S7 comme convertisseuse, 7B7 comme amplifiatrice moyenne fréquence, la 14B6 détectrice, a.v.c. et première basse fréquence, la 50A5 comme lampe de sortie et la 35X4 comme redresseuse monophaque.

Un troisième enroulement dans la 2^{ème} moyenne fréquence est connectée dans le circuit de grille écran du tube 7B7 pour neutraliser l'étage M. F. Sur la position 230 Volts des résistances chutrices sont mises en série dans le circuit chauffage filament, le circuit alimentant la grille écran des tubes 7B7 et 14S7 et le côté de la ligne alternative.

Les gammes couvertes sont en O. C. de 16,6 mètres à 51,8 en P. O. de 200 à 590 mètres et en G. O. de 750 à 2140 mètres.

La puissance de sortie est de 1,3 W. en 117 et 2,2 W. en 230 Volts.

Les transfos moyenne fréquence sont étalonnés à 455 Kc.

RADIO PHONO PHILCO
Modèle 49-1401

Le RADIO PHONO PHILCO - modèle 49-1401 est la combinaison d'un modèle de table superhétérodyne 5 lampes qui donne la réception des ondes moyennes et d'un pick-up automatique modèle M. 7. Le cadre intérieur donne un signal d'entrée normal, cependant une prise est prévue pour raccorder une antenne extérieure.

Le cadre attaque directement la grille de la 12BE6 convertisseuse.

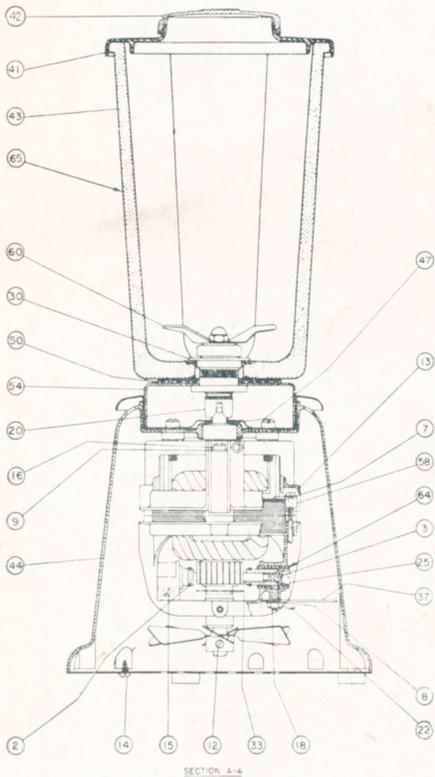
Le rotor du condensateur variable d'oscillation est d'un format spécial qui donne un alignement convenable sans le secours de padding.

La convertisseuse est couplée par transformateur à la 12BA6 moyenne fréquence qui, elle-même est couplée par transfo à la section diode de la 6AQ6. Les primaires et secondaires des 2 transfos M.F. sont réglables par noyau magnétique. La section diode de la 6AQ6 travaille comme détectrice et procure aussi la tension d'a. v. c. qui est appliquée aux grilles de la 12BE6 et 12BA6.

La section triode de la 6AQ6 première basse fréquence est couplée par résistance à la 35L6GT lampe de puissance qui donne approximativement 2 Watts de sortie à un haut parleur dynamique.

La haute tension est fournie par une doubleuse de tension employant une 50Y6GT comme redresseuse et un filtrage résistance condensateur.

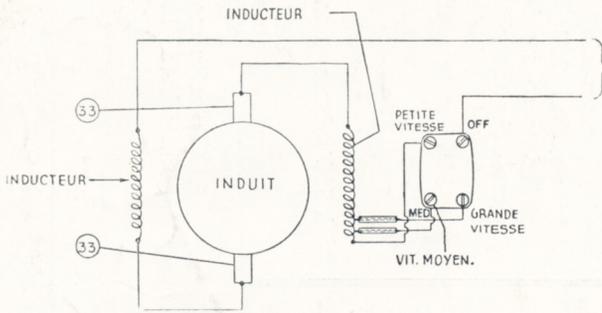
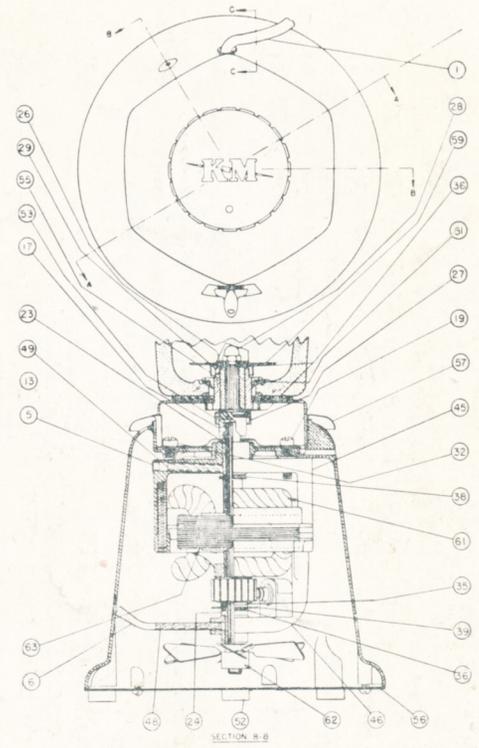
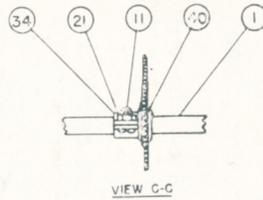
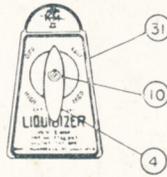
Le moteur du tourne disque fonctionne uniquement sur courant alternatif.



K. M. LIQUIDIZER

40-500 — 110 V.

40-600 — 220 V.



Clef	N° de code	Nombre	Description
1	40-R	1	Câble de raccord.
2	B-543	2	Clips pour balai.
3	B-548	2	Ressort de balai.
4	P36-11	1	Interrupteur.
5	C-320	1	Fiche.
6	C-323	1	Tube de graissage.
7	C-620	2	Boulon de serrage.
8	C-624	1	Boulon de serrage.
9	C-686	3	Boulon de serrage.
10	C-736	1	Boulon de serrage.
11	D-50	1	Vis de fixation.
12	D-128	1	Vis de serrage.
13	D-287	2	Vis de serrage.
14	D-307	2	Vis de fixation.
15	D-387	1	Vis de fixation.
16	D-835	3	Vis de fixation.
17	D-838	1	Goupilles.
18	D-857	1	Vis de fixation.
19	D-217	3	Vis de fixation.
20	D-817	1	Axe des couteaux.
21	E-31	1	Écrou.
22	E-68	1	Écrou.
23	E-232	1	Rondelle de graissage avant.
24	E-233	1	Rondelle de graissage arrière.
25	E-290	2	Vis de serrage balais.

Clef	N° de code	Nombre	Description
26	E-292	1	Support couteaux.
27	E-294	1	Brides.
28	E-295	1	Écrou de tête.
29	E-309	1	Support coussinet.
30	E-310	1	Écrou de serrage.
31	P15-12	1	Plaque.
32	P10B-12	1	Vis.
33	H-167	2	Balais.
34	H-288	1	Collier de serrage.
35	H-369	2	Rondelles bakélite.
36	H-495	5	Rondelles.
37	H-510	1	Support de câble.
38	H-516	2	Rondelles.
39	H-534	1	Rondelles de retenue d'huile.
40	H-581	1	Caoutchouc de passage.
41	H-634	1	Couvercle du bol.
42	H-635	1	Petit couvercle.
43	J-617	1	Bol.
44	J-1014	1	Base.
45	J-1015	1	Monture côté devant.
46	J-1016	1	Monture côté arrière.
47	K41	1	Rondelle feutre.
48	K-200	1	Mèche de graissage.
49	K-297	1	Mèche de graissage.
50	K-322	2	Caoutchouc du bol.
51	K-322	1	Caoutchouc.
52	K-345	4	Pied de caoutchouc.
53	P-791	1	Tête d'axe.
54	X-1228	1	Support du bol.
55	X-1229	1	Rondelle tournante.
56	X-1230	1	Plaque de fond.
57	X-1237	1	Base chromée.
58	X-1241	2	Bride de l'armature.
59	X-1243	1	Couteau du bas.
60	X-1281	1	Couteau du haut.
61	S40-5	1	Assemblage de l'induit.
62	SX-480	1	Ventilateur.
63	SX-777	1	Armature de l'induit.
64	SX-229	2	Assemblage inducteur.
65	SX-632		Bol avec couteaux.

AGENT GÉNÉRAL EXCLUSIF JIMO S.A. BRUXELLES