

plus beaucoup parler des pommes canadiennes en Grande-Bretagne. C'est une déclaration désagréable et tous les sous-possibles devraient être pris par les producteurs canadiens pour maintenir la renommée de leur produit sur le marché important du vieux pays.

POUR L'HOMME D'AFFAIRES

Ne donnez pas une poignée de main, comme si cela vous faisait mal.

Ne permettez pas à vos commis de fumer pendant les heures de travail.

N'offrez pas à la fois beaucoup de diverses sortes de marchandises.

Ne travaillez pas sans relâche. Rappelez-vous que même les machines ont besoin de repos.

Ne soyez satisfait que lorsque tout est parfaitement fini.

Ne perdez pas des moments précieux à des détails dont un subordonné peut s'occuper.

Ne marchez pas pendant un mille pour économiser cinq cents, si vous pensez que votre temps a plus de valeur.

N'attendez pas que la fortune vous sourie. La fortune favorise d'habitude les hommes actifs et non ceux qui l'attendent.

Ne vous montrez pas trop anxieux d'obtenir une commande. Le client s'en apercevra à votre manière de faire et c'est lui qui profitera du marché, non pas vous.

Ne vous contentez pas de la clientèle que vous avez, sans chercher à vous faire d'autres clients. L'homme qui réussit se sert de tous les moyens pour accomplir ce but.

POUR RENDRE LE MAGASIN POPULAIRE

Voilà un problème qui devrait être envisagé par tous les marchands au détail. Comment faire pour que le magasin soit remarqué parmi tous ceux où se fait le même commerce. Rien n'est plus facile que le perdre l'habitude de faire le commerce d'une manière apathique sans y introduire des choses spéciales pour briser sa monotonie. Par le mot "choses spéciales", nous n'entendons pas les méthodes tapageuses quelquefois employées, mais plutôt la mise à contribution de l'esprit et l'enthousiasme dans la conduite des affaires. L'homme qui aime son commerce est toujours à la recherche de méthodes nouvelles. Tel est le marchand qui, le premier, adopte un nouvel arrangement d'étalage. Il n'attend pas que l'autre marchand ait fait, le premier, la même chose d'étalage, pour l'imiter. Toute nouvelle idée, quelle qu'en soit la source, est appréciée de quelqu'un, et celui-ci voit immédiatement la possibilité de l'appliquer.

Ainsi un marchand de ce genre croit à l'importance d'un arrangement très bien fait de son étalage en montre. Il apprécie la valeur d'un ameublement de magasin tout-à-fait moderne, et d'un personnel de vendeurs polis, attentifs et connaissant bien leur affaire. De plus, il cherche à donner de la vogue à son magasin et à le rendre attrayant de toutes les manières possibles. Le public s'en souvient comme d'un endroit où le propriétaire et les vendeurs sont aimables pour les étrangers aussi bien que pour les clients, sans jamais être familiers, endroit où il a la liberté d'examiner les marchandises dans tout le magasin sans qu'il soit constamment importuné par des vendeurs qui le mettent mal à l'aise en lui demandant de faire un achat, endroit où même des commodités lui sont fournies pour son confort. Parmi ces commodités, on peut mentionner la salle de repos, les chaises longues où on peut se reposer, ainsi que les cabinets de toilette et les salles de dépôt des paquets.

L'usage gratuit du téléphone est aussi très apprécié de certaines personnes. Dans quelques magasins on fournit même gratuitement de la limonade ou de l'eau gazeuse pendant l'été. Des ventilateurs électriques sont employés pour renouveler et rafraîchir l'air et tous les efforts sont faits pour rendre le magasin aussi attrayant et agréable que possible. Là même où le marchand ne peut pas faire de grandes dépenses, il y a toujours un certain nombre de choses qui peuvent être faites sans frais ou avec très peu de dépenses.

ARGENT COMPTANT OU CREDIT

Un marchand détaillant parlant des ventes au comptant ou à crédit, s'exprime ainsi: "Nous faisons des affaires au comptant ou à crédit. Un commerce à crédit fait avec soin, de telle sorte que les crédits ne deviennent pas trop élevés et que les comptes ne restent pas en souffrance, est chose correcte. Bien que nous ayons toujours une certaine somme figurant en comptes-courants, nous avons abaissé cette somme à un certain point n'excédant pas 8 pour cent du chiffre de nos affaires annuelles, en effectuant un bon nombre de recouvrements tous les mois. Mais nous croyons que les affaires au comptant sont les plus sûres."

Un autre détaillant déclare que presque tous les marchands qui vendent à crédit et qui désirent changer ce système pour le système des ventes au comptant, s'attendent à subir une perte considérable; cela peut être plus ou moins vrai, mais si le marchand continue son commerce de la bonne manière, nous croyons qu'il peut faire un profit net, l'année où le changement s'opère, aussi fort que dans toute année précédente.

En premier lieu, il faut au moins un an pour effectuer le changement. Il faut

d'abord que les clients comprennent qu'ils auront à payer comptant. Nous avons commencé, continue ce marchand en donnant, pour les achats au comptant, des tickets que nous rachetions à 4 pour cent en marchandises nous coûtant environ 3 pour cent. Nous ne refusons pas d'accorder du crédit, comme auparavant, à nos bons clients, mais nous remarquons une diminution graduelle de nos comptes ouverts.

Faites prendre à vos clients l'habitude de payer comptant. Evitez autant que possible l'habitude de porter au compte. Faites des ventes au comptant votre idéal. Qu'un homme s'occupe de crédits et vous aurez de meilleurs résultats que si tout le personnel du magasin pouvait faire des inscriptions dans les livres.

CONSERVATION ET RAJEUNISSEMENT DU BEURRE

Causes de la rancidité. — Conservation par le froid, les antiseptiques, la chaleur. — Rajeunissement.

Le plus grave défaut du beurre, c'est celui de "rancir". Il est à craindre surtout pour l'aliment destiné à être consommé quelque temps après sa fabrication, ou pour le beurre d'exportation.

Le "rancissement" provient de la décomposition de la matière grasse du beurre. Ce phénomène peut être spontané, provoqué en particulier par la fermentation ammoniacale de la caséine sous l'influence de ferments solubles analogues à la "lipase" du sang. L'oxygène de l'air, favorisé par la lumière, celle du soleil, surtout, et une température moyenne, amènent aussi la "rancissure". Les produits sapides du beurre sont les premiers oxydés. A la longue, la matière colorante est également altérée. L'oxydation des glycérides à acides volatils donne naissance à des principes acides (acides volatils libres) qui préparent le terrain aux microorganismes, les agents les plus redoutables pour la conservation. L'altération des principes sapides fait naître plutôt la saveur de "suint", que le goût de "rance" et, contrairement à la "rancissure", elle augmente peu le degré d'acidité. Première conclusion: tenir le beurre dans une "chambre obscure", dans l'air raréfié, sous la surface "minimum".

Mais les "microbes" sont ici les agents les plus actifs. Le beurre se conserve d'autant plus longtemps qu'il en recèle moins et qu'il a été "mieux préparé": lait très pur; air ambiant sain; ustensiles propres, stérilisés; écrémage centrifuge; pasteurisation de la crème; commencement de ferments lactiques; maturation bien conduite, "rationnelle"; battage à basse température; délaitage et malaxage suffisants; "eau irréprochable"; matériaux d'emballage propres et