

Avec les enveloppes transparentes, les gens de commerce évitent le travail d'écrire encore une fois l'adresse écrite sur l'enveloppe et ont en plus l'assurance que l'adresse écrite sur le pli ne peut être changée. Aussi, quoique du fait des règlements postaux l'expédition des enveloppes transparentes se fasse avec une moindre sécurité, ces envois ont pendant ces dernières années gagné du terrain de plus en plus.

Les objections contre l'emploi des enveloppes transparentes qui ont été formulées dans quelques bureaux de poste n'ont pas une très grande importance. Il n'est pas exact de prétendre que les adresses, dans les envois sous enveloppe transparente, soient en général plus difficiles à lire que les adresses de la plupart des autres envois; car ces enveloppes sont surtout employées par les grandes maisons de commerce qui, en général, écrivent leurs lettres avec des adresses plus lisibles (étant le plus souvent dactylographiées) que les adresses ordinaires.

Les autres objections ne se rapportent pas à ces enveloppes proprement dites, mais à d'autres espèces de ce genre (par exemple celles qui ont une ouverture pratiquée au travers de l'enveloppe) ou bien à certaines manières de les employer (pour les lettres recommandées).

De ce court exposé, il ressort qu'il serait désirable qu'une convention internationale réglât l'emploi des enveloppes postales transparentes, pour que les envois sous ces enveloppes soient en général traités de la même manière que les autres envois et que les cas exceptionnels où ce genre d'enveloppe, pour une cause ou une autre, ne peut être employé, fussent réglementés. Il serait à souhaiter que le prochain Congrès de Boston se prononce dans ce sens.

### L'ACCROISSEMENT DE LA POPULATION.

On se plaint dans beaucoup de pays de la dépopulation. Tel n'est point le sentiment de M. James Edmond qui, dans le "Sidney Bulletin," exprime les appréhensions que lui inspire l'augmentation générale de la race humaine. Il écrit, à ce sujet, dans le "National Review":

De 1801 à 1911, la population d'Angleterre et de la principauté de Galles est passée de 9 à 36 millions. Au temps de la conquête normande, l'île britannique n'était habitée que par 2 millions d'âmes. Si les contemporains de Harold et de Guillaume s'étaient repeuplés autant que les Anglais du XIXe siècle, la Grande-Bretagne devrait aujourd'hui nourrir 130 millions d'êtres humains.

Si le cas de l'Angleterre était isolé, il pourrait être regardé comme une simple curiosité. Mais ce n'est qu'un exemple entre beaucoup et nullement un des plus extraordinaires. La population du Canada a augmenté de 28 pour cent dans le siècle. Celle des Etats-Unis de 16, celle de la Prusse de 5, celle de la Russie de 4, celle de l'Italie de 3, celle d'Argentine de 12... Depuis le premier lundi qui suivit le chaos, depuis l'aurore du jour où l'univers s'est levé pour la première fois, jusqu'en 1801, l'accroissement de l'humanité a été à peu près nul. Depuis 1901, il a été extraordinaire, presque incroyable. L'augmentation a été telle qu'on peut se poser la question: l'homme est-il vraiment un lapin? Encore un siècle ou deux, du même élan, et il faudra que quelque chose casse.

M. James Edmond prévoit que, d'ici peu de temps, le désir de se procurer des terres fertiles et peu habitées sera tel que les nations fortes ne résisteront pas à recourir à la violence pour les conquérir.

Il prévoit aussi que d'autres, pour réduire l'Angleterre, n'auront qu'à interdire les exportations de blé. Il affirme que les nations se battront dans un avenir prochain pour voler ou pour garder leur pain quotidien. Il affirme qu'un temps viendra où les nations les mieux armées du monde se réuniront en congrès pour rechercher les moyens d'extirper les races les moins bien défendues, afin de se donner la place de respirer, et, de nouveau, on nous cite des chiffres effrayants:

En 1800, les deux Amériques étaient vides, où en seront-elles dans cent ans? Il y a vingt-cinq ans, Java comptait 3 millions d'indigènes, ils sont aujourd'hui 30 millions. La population de l'Egypte a doublé en 30 ans. Si les Japonais continuent à accroître dans la même proportion, ils seront 250 millions dans un siècle.

Comment ne pas croire qu'un avenir cruel attend les peuples mal armés et les terres riches insuffisamment peuplées.

### PRECEPTES POUR LES DETAILLANTS.

La réputation de votre magasin dépend surtout et avant tout de la qualité satisfaisante des marchandises que vous y vendez. Si vous devez vous débarrasser d'un article de piètre qualité, veillez à ce que votre client comprenne que vous ne le garantissez pas.

C'est très joli d'augmenter votre propre commerce en attirant une partie de la clientèle de votre concurrent, encore faut-il que vos procédés soient corrects, ne soient entachés d'aucune action louche. Il faut que vous atteigniez ce résultat convenablement en jouant cartes sur table.

Obtenir d'un client par une fausse représentation plus que la valeur réelle d'un article, n'est rien moins qu'une forme de vol.

Introduire dans votre ligne régulière un petit stock de marchandises à part que vous vendrez à un prix très réduit, n'aura pas le don de vous faire des amis parmi ceux qui font de cet article, que vous vendez presque pour rien, leur ligne régulière.

Si une annonce loyale ne vous aide pas à vous faire vendre vos marchandises, n'en accusez pas l'annonce, mais les marchandises elles-mêmes.

On ne peut se fier à un petit magasin qui ne fait que des annonces sensationnelles de "soldes d'usines" sans jamais tenir compte du stock régulier.

Ne proclamez pas que tout ce que vous offrez est une véritable occasion; les occasions véritables sont des exceptions et non une règle; personne ne l'ignore.

On dit souvent qu'une chose "bien achetée est à moitié vendue". C'est peut-être vrai, mais il est juste d'ajouter que si vous ne faites pas un effort pour assurer la vente d'un article acheté dans ces conditions avantageuses, vous n'en tirez aucun profit.

Pour un commerçant le moment de se croiser les bras et de se reposer n'est venu que lorsqu'après fortune faite il est sur le point de se retirer.

Vous devez laisser de côté toute affaire que vous ne pouvez obtenir sans discrédit pour vous-même ou pour vos méthodes.

Méfiez-vous du compagnon qui vous flatte continuellement, le jour où il aura une faveur à vous demander n'est pas loin.

Encourager l'extravagance d'un client peut rendre fructueuses les ventes d'aujourd'hui, mais réduira très probablement les profits de demain.

Nous admirons chez un homme l'économie judicieusement comprise, mais nous méprisons l'avarice; il est bon de s'efforcer à se maintenir dans un juste milieu à ce point de vue.

Plus vous obtiendrez aisément la confiance d'un client, plus vous aurez de difficulté à vous faire payer ce qu'il vous devra.

Souvent lorsque quelque chose éloigne de votre magasin un client et le conduit à un de vos concurrents, c'est parce que vous n'avez pas su subvenir à ses besoins et vous conformer à ses désirs.

L'homme qui prétend connaître tous les préceptes du commerce et proclame qu'un journal de commerce ne saurait rien lui apprendre concernant ses affaires est presque invariablement celui qui se plaint le plus amèrement de la pénurie des recettes et de la difficulté des temps.