

Les dépôts en Banque constituent également un baromètre de prospérité du pays. Notez que l'énorme somme de \$738,164,212.00, soit une moyenne de \$92.25 par habitant du pays, est actuellement déposée dans les banques canadiennes. En 1905, les économies dans ces mêmes banques étaient d'environ \$55 par habitant.

Les chiffres de la balance commerciale sont également fort intéressants pour éclairer le sujet que nous discutons.

Durant l'année qui a précédé la guerre la différence entre le volume des importations et celui des exportations était au désavantage du Canada. Nous importions pour \$182,000,000.00 de plus de marchandises que nous n'en exportions. A la fin de l'année 1915, la balance commerciale—exportation et importation—est à l'avantage du Canada, — nous avons exporté pour plus de \$234,000,000.00 — soit un gain de plus de \$416,000,000.00 en faveur du Canada.

Un des principaux éditeurs de magazine du Canada a su tirer profit de ces statistiques dans sa publicité dans les journaux techniques des Etats-Unis, tels que "Advertising and Selling", "Associated Advertising" et "Judicious Advertising", et en conclusion, il ajoute:

"Le Canada jusqu'à présent n'a jamais joui d'une telle prospérité.

"Le Canada comme pays n'a jamais été aussi riche qu'il l'est à l'heure actuelle. Il fait plus d'affaires aujourd'hui qu'il n'en a jamais fait.

"Le peuple canadien, en tant qu'individus, est plus à l'aise qu'il ne l'a jamais été et dépense son argent plus facilement qu'il ne l'a jamais fait."

La prospérité du Canada est telle que les rédacteurs de journaux se croient forcés d'écrire des articles pour recommander l'économie, afin d'empêcher les gens de jeter leur argent par les fenêtres.

On peut se faire une idée de la prospérité du pays par le commentaire suivant, paru récemment dans un journal quotidien sur le gaspillage de l'argent par les femmes:

"Le fait que l'on ne tient aucun compte des principes d'économie en temps de guerre a plusieurs causes dont la principale est que la majorité des femmes des classes moyenne et basse, ont tout autant d'argent à dépenser pour leur parure personnelle qu'elles en ont en temps ordinaire, tandis que d'autres en ont beaucoup plus.

"Des centaines de femmes et de jeunes filles sont, pour la première fois de leur vie, en position de gagner suffisamment d'argent pour pourvoir à leur habillement personnel, et éprouvent une véritable joie de pouvoir dépenser tant qu'elles veulent sans avoir à recourir à personne. Quelques-unes ont jugé que la dignité de leur position nouvellement acquise nécessite l'achat d'un garde-robe "chic" et souvent considérable, tandis que celles qui remplissent les emplois autrefois occupés par des hommes dans les banques ou les bureaux réalisent que le trajet quotidien de leur résidence à leur place d'affaires, use vite les vêtements qu'elles portent."

Du moment où l'homme d'affaires américain est prêt à se déranger pour étendre son commerce à l'Amérique du Sud, il lui sera sûrement beaucoup plus facile d'étendre ses affaires au Canada, même en ces temps de guerre, quand les conditions y sont exceptionnellement favorables et que les gens dépensent leur argent avec d'autant plus de facilité qu'ils peuvent en gagner facilement.

LA PRATIQUE COMMERCIALE

L'ETALAGE MODERNE

La femme aime tout ce qui est fantaisie pour sa toilette, elle adore le chiffonné, le flou, et ces adorables riens qui font le charme de son ensemble.

Partant de ces principes, l'étalagiste, pour lui plaire, devra bannir toute sévérité dans la composition des étalages concernant la toilette féminine.

La fantaisie lui sera donc permise, non seulement permise, mais presque obligatoire pour certains étalages tels que toilettes flous, modes, soieries, etc. Il aura alors là, toute latitude pour les garnir avec son talent particulier des mêmes petits agréments qui ornent la toilette féminine, agréments irrésistibles dans l'étalage et qui ont le don de charmer et retenir, même les profanes en ces matières.

Il n'en est donc pas de même pour l'étalage masculin qui, lui, doit être présenté avec plus de sérieux; il doit être infiniment distingué, la distinction étant une marque de finesse, de goût qui plaît toujours, il doit être simple, car la simplicité nécessite une grande infinité de détails, ce qui met en valeur chaque chose.

L'habillement masculin est très ingrat de lui-même, et ce serait un tort de rechercher dans la fantaisie des pliages, le remède à cette ingratitude, les pliages compliqués des objets confectionnés tels que chemises, caleçons, gilets, les déforment et leur font perdre la plus grande partie de leur valeur commerciale.

Pour les étalages de chemiserie, ganterie, chapellerie, les meilleures fantaisies sont les dispositions variables qu'offrent les accessoires modernes, tringlages, pieds divers, chevalets, glaces; la grande diversité qu'ils permettent dans leur hauteur, position, etc., seront toujours des variantes agréables.

Présentez le plus possible les objets tels qu'ils se portent et dans leur vrai sens, nous disons le plus possible car ceci ne doit pas être pris à la lettre; il est permis quelques fantaisies pourvu qu'elles soient toujours de bon goût.

Faites vos étalages légers, n'entassez pas dans vos vitrines, tenez compte que chaque objet "est une valeur marchande que vous exposez"; pour que cette valeur soit appréciée "justement", dégagez-la des autres; en prenant cela comme principe et en le répétant pour chaque objet, vous obtiendrez de vos étalages le maximum de rendement.

Le cadre de vos vitrines, c'est-à-dire leur physionomie extérieure, doit avoir un aspect riche et moderne, rappelez-vous que vous aurez beau faire de jolis étalages dans une vitrine d'un aspect désuet et démodé, votre étalage restera terne, et ne prendra pas plus de valeur qu'une jolie gravure mal encadrée.

PROCHAIN RETOUR

M. Zacharie David frère de J.-B. David épiciier coin William et Murray, Montréal, est parti, il y a une quinzaine de jours en automobile pour un voyage d'observation en même temps que d'agrément à travers les principales villes des Etats-Unis. Notre concitoyen, accompagné de quelques amis a passé à Worcester, Boston, New-York, etc.; il sera de retour fin de la semaine et nous sommes persuadés que cette heureuse excursion lui aura été profitable tant pour son plaisir que pour son expérience personnelle des affaires.