

admettons tous que la concurrence poussée jusqu'à la brutalité, comme dans le cas mentionné plus haut, est tout bonnement absurde; cependant il existe, dans nos relations avec nos compétiteurs, des conditions qui ne diffèrent des premières que par les détails.

Au premier abord, il semble que ce soit la chose la plus facile au monde que de dire à nos amis, à ceux qui ont confiance en nos paroles, que le rouleau de tapis que nous offrons en vente est d'une meilleure qualité, contient plus de laine, est d'un modèle plus beau que le rouleau du même dessin qu'un rival met en montre dans sa devanture. La tentation est très forte et les vendeurs aiment à faire des ventes. Cela étant donné, il est facile de se laisser aller à insinuer que les méthodes employées par Un Tel en affaires sont comme son tapis, pas de la première qualité; viennent des insinuations plus malveillantes et bientôt les conditions ressemblent à celles des deux compagnies de chemin de fer.

Mais, comme il a été dit, les compagnies de chemin de fer sont loin maintenant de cette sorte de rivalité. Elles s'aperçoivent bien vite qu'en se faisant la guerre, elles décourageaient les voyageurs et que leurs recettes diminuaient ainsi que celles des compagnies qu'elles voulaient ruiner.

La même chose se produit exactement dans le commerce au détail, quand les marchands agissent de cette manière, comme il arrive fréquemment, surtout dans les petites villes. Si vous déclarez que Corno-Wheaton qui est vendu par Un Tel n'est pas nourrissant et n'a pas de goût, vos clients sont très disposés à vous croire et vous nuirez à la vente de la céréale pour le déjeuner; mais si vous essayez de leur vendre Wheaton-Corno ou quelque autre aliment qui offre une distinction sans différence, il y a bien des chances pour que vous vous aperceviez que vous avez élevé un obstacle insurmontable.

Nombre des plus grands magasins de détail se rendent compte de ce fait. L'auteur de cet article a posé certaines questions à des vendeurs pour voir quelle serait leur attitude à ce sujet, il leur a insinué qu'un certain article pouvait être obtenu ailleurs à plus bas prix. Mais les réponses n'étaient pas compromettantes. Un peu de surprise peut-être de la part du vendeur, ou une suggestion d'une erreur possible, c'est la seule critique qui ait pu être obtenue. Il est clair que le personnel vendeur avait des ordres à ce sujet.

L'expérience est le meilleur enseignement, et il est à supposer que les grands magasins à rayon des grandes villes savent davantage parce qu'ils ont plus d'expérience. C'est parmi eux que la concurrence est la plus convenable en ce qui concerne le public acheteur. Tous ces magasins rendent leur publicité aussi attrayante que possible. Ils s'efforcent de créer l'impression sur l'esprit du public que les articles offerts en vente sont d'un prix exceptionnellement bas, et ont en outre une valeur extraordinaire; mais l'examen le plus minutieux d'une centaine de leurs annonces ne découvrira pas un mot ou une phrase qui pousse leurs clients à se défier des marchandises d'une autre marchand. Ils ont reconnu que ce serait absurde.

Il est à propos de parler ici d'une autre absurdité plus ou moins en usage. C'est celle qui consiste à marquer un prix soi-disant abaissé. Un jour, en passant dans une rue commerçante, non une des plus importantes, mais une rue qui est loin d'être inconnue, je regardai la devanture d'un

magasin de vêtements. Il y avait peut-être en montre cinquante habillements complets avec leurs prix marqués, et toutes les cartes portant les prix indiquaient une réduction de cinquante à soixante-dix pour cent. L'homme le plus novice dans le commerce pouvait voir sans un examen très minutieux que le prix réduit indiqué sur les cartes était tout ce que valaient les vêtements, tandis que le prix soi-disant original aurait conduit la maison à la faillite, faute de clientèle.

Il est à peine besoin de commenter cette manière de faire, tant son absurdité est évidente; cependant ce système est souvent mis en pratique. L'idée qui y préside est que le public manque de jugement ou de discernement et croit exactement ce qu'on lui dit. Il le croit une fois ou deux; mais il gagne rapidement de l'expérience, et le magasin ne peut pas exister qui compte sur un ou deux achats seulement d'un client. Il est quelques personnes qu'on peut toujours tromper, et le magasin qui a la réputation de tromper le public ferait aussi bien de fermer ses portes avant que l'arrivée du shérif ne rende cette action nécessaire.

Greenshields Limited.

La maison Greenshields Limited se gagnera de nombreux amis la prochaine saison par son département des étoffes à robes qui contient une grande variété de tissus, à des prix corrects, dont les échantillons sont maintenant entre les mains de ses voyageurs. Les lignes d'étoffes à robes, pour le printemps, sont plus vastes que jamais auparavant. Comme d'habitude, les étoffes de Priestley occupent la première place. Les articles, à vente populaire, dans la meilleure qualité sont l'Elnane à chaîne de soie, l'Andora à chaîne de soie et le tricot chiffon laine. La starita à chaîne de soie est un autre des tissus populaires de Priestley pour le soir; l'Avirillais en laine, un nouveau tissu, avec un large carreau invisible, le carrela en laine, le galote en laine, le hopsack en laine ont besoin d'être vus pour être adoptés. Le Loreen en laine et l'Amérin en laine sont deux autres lignes dans les tissus noirs de Priestley; le Loreto noir ressemblant beaucoup à la batiste, et la Rosetta noire ainsi que le cachemire noir sont des articles qui se vendront bien. Le Mararro en laine et le Lucanna tout laine sont deux autres des tissus de Priestley. Dans les Coverts Cravenettes, la maison offre un assortiment plus varié que les saisons précédentes. Ce seront des tissus désirables.

L'assortiment des mohairs unis et de fantaisie, dans les tissus Priestley, est vaste et complet. Le mohair Fédra est un dessin à petits carreaux avec pois tissés dans l'étoffe. Parmi les autres classifications, on trouve, en grande variété, la brillante lustré, la brillante mohair, la brillante glacée et la sicilienne lustré. Le mohair Elita est un tissu de fantaisie qui fait bien. La Crystallite Carra est un tissu à dessin d'un mérite supérieur. Les étoffes unies bien parsemées de dessins élégants et de fantaisie sont en faveur dans ces tissus. La maison enverra avec plaisir, sur demande, des échantillons et les renseignements concernant les tissus de Priestley.

Les henriettes à chaîne de soie, les henriettes en laine, les vénitienes et la batiste de laine seront en faveur au printemps, et leur assortiment ne laisse rien à désirer. Les lustrés à prix populaires ainsi que les lignes dont le prix s'élève jusqu'à \$1.25 sont en grand assortiment. Les prix varient de \$0.32c. en montant. Les gris unis, effet tweed mélangé et effet changeant ainsi que les fantaisies, occupent une place prédominante. Les délanes et albatross en laine fantaisie seront populaires. La nuance sera une caractéristique marquée pour la vente des nouvelles marchandises; et toutes les teintes courantes ainsi que les plus nouvelles teintes y sont comprises. Les nuances très pâles et les homopuns gris pâle méritent d'être représentés dans tous les stocks.

Les sélections faites par l'acheteur des soieries de la maison Greenshields, pour le printemps, comprennent toutes les soieries ordinaires et les soieries de fantaisie les plus nouvelles. Les petits carreaux et les rayés dans la tamaline et les taffetas doivent attirer l'attention. Les rayures caméléon avec dessin de fantaisie sont quelque chose d'entièrement nouveau. Les popelines à dessins et à pois ainsi que les pope-