

LES DEVANTURES.

Pour que votre devanture arrête le passant et retienne son attention, veillez aux points suivants:

1° Le trottoir sur lequel elle donne doit toujours être d'une parfaite propreté et jamais obstrué. Il devra être nettoyé tous les jours et souvent, plusieurs fois par jour pendant les périodes de mauvais temps.

2° N'encombrez pas le chemin qui y donne accès, de boîtes hétéroclites et de marchandises de toutes sortes, auxquelles le client n'apportera nulle attention et qui peuvent, au contraire, le détourner de votre magasin. Un tel étalage n'ajoutera absolument rien à votre réputation.

3° Faites en sorte que les vitres de vos devantures et de vos portes soient toujours d'une propreté irréprochable et évitez que ce nettoyage se fasse pendant les heures de vente; arrangez-vous pour le faire exécuter soit avant, soit après.

4° Faites que votre devanture se reconnaisse aisément des autres. Cela ne veut pas dire que vous devez la peindre de couleurs discordantes ou l'orner de dessins de mauvais goût, non; employez des couleurs simples, de bonne qualité et que leur vernis soit toujours net et luisant. Le magasin d'un marchand de couleurs, plus que tout autre, doit, sous ce rapport, offrir un aspect simple et de bon goût, il doit faire mentir cet aphorisme souvent trop vrai: que nul n'est plus mal chaussé qu'un cordonnier. De toute façon, quel que soit votre commerce, ayez une devanture peinte avec goût, ce sera un élément de succès pour votre magasin.

5° Faites mettre votre nom en évidence, de façon que votre magasin soit facile à trouver; que le numéro de la rue soit également bien en vue. Ces deux points, pourtant essentiels, sont très souvent négligés, surtout dans les petites villes. Naturellement, vous ne devez pas mettre votre nom sur votre vitrine en lettres gigantesques, pas plus que vous ne devez la couvrir d'une multitude d'inscriptions. Choisissez des caractères modestes, mais nets pour l'indication de votre nom; joignez-y, si vous voulez, une ou deux indications (pas plus), revêtues du même caractère de réserve.

La vitrine proprement dite

Elle devra être aussi spacieuse que possible, et être surélevée du sol de deux pieds. Le plancher doit en être parfaitement droit ou légèrement montant vers le fond. A l'heure actuelle, les vitrines prennent toute la devanture du magasin, et la porte d'entrée est rejetée sur le côté; celles comportant deux étalages exigus, un de chaque côté de la porte, tendent à disparaître. Le gros avantage, de la nouvelle disposition, est de pouvoir consacrer un espace plus grand et de permettre un étalage plus complet.

L'épaisseur des vitres ne doit pas être exagérée. Les étalages ne doivent être ni trop profonds, ni trop hauts, le public ne regardant en général que les premiers plans et rarement ce qui est au-dessus de la tête. La vitre devra être d'une seule pièce et toujours tenue dans un parfait état de propreté. L'hiver, il est souvent malaisé de préserver les vitres de la gelée; il est pourtant indispensable d'éviter, dans la mesure du possible cet inconvénient qui soustrait les objets exposés, aux regards des passants. Il n'y a pas de méthode spéciale pour y palier; en général, la meilleure précaution à prendre, est de fermer hermétiquement la vitrine par des glaces, tout comme sur le devant de la rue. On peut également, à cet effet, disposer au fond une boiserie de 5 à 6 pieds de haut, en ayant soin de garnir la partie supérieure de glaces dont le reflet projettera de la clarté sur tous les objets en montre. De toute façon, qu'on prenne ou non ces dispositions, le

plancher doit être toujours tenu sec et la vitre de la devanture minutieusement enchassée et mastiquée pour éviter le passage de l'air. La buée étant causée par l'humidité, il convient de l'éviter par tous les moyens possibles.

Un ventilateur électrique soufflant directement sur la vitre, contribuera pour beaucoup à la netteté de la glace. Une rampe de becs de gaz séparés les uns des autres de 8 à 10 pouces et placée au pied de la glace, peut, par la chaleur dégagée, empêcher la formation sur la vitre de cristaux congelés.

L'installation et l'aspect

Il y a certaines lignes qui ne réclament que peu d'installation, mais, quelle qu'en soit l'importance, il faut n'employer qu'un bon matériel qui puisse être facilement changé et disposé de façons différentes. Il ne faut pas croire que, parce que vous vendez de la peinture ou des articles de quincaillerie, vous ne devez prendre aucune considération de ces choses; elles vous sont aussi nécessaires qu'aux magasins de modes et de nouveautés. Garnissez le sol de votre vitrine d'un tapis de couleur unie, sans bariolages, ou bien posez-y un joli plancher qui sera par lui-même un ornement. Sur des chevalets ou des étagères s'harmonisant avec la couleur du plancher ou du tapis, suspendez ou déposez à votre goût vos articles de meilleure qualité. L'éclairage devra être invisible et diffus, si possible. Trop souvent, les effets heureux passent inaperçus à cause de la prédominance des lampes électriques ou des becs de gaz; ce sont vos propres articles que vous désirez montrer et non ceux des compagnies d'éclairage. En drapant gracieusement quelques jolies étoffes assorties au ton de votre tapis, vous formez un paravent tout naturel où vous pouvez dissimuler la source de la clarté qui baigne votre vitrine. Si vous employez les lampes à gaz ou à pétrole, évitez qu'une lumière crue et fatigante blesse la vue du public, et pour cela, choisissez des abat-jour d'une tonalité sobre et qui descendent suffisamment pour cacher aux regards le point incandescent. Les articles en vitrine devront toujours être de première fraîcheur, il sera donc nécessaire de les épousseter chaque jour, en remplaçant ceux qui sembleraient détériorés. L'été, ce soin demandera plus de temps, à cause de la poussière et des insectes. Vous ne devez pas placer dans vos vitrines des affiches de théâtre et spectacles, ou autres annonces étrangères à votre commerce.

L'étalage

L'étalage, pour aider et provoquer la vente, doit, avant tout, frapper le public, le tirer de son indifférence et retenir son attention par sa nouveauté, l'intéresser vivement par son ingéniosité et l'instruire, en lui fournissant des indications concernant les articles proposés. Instruire et amuser est le but négatif de l'étalage; ne perdez pas de vue, que votre intention, tout à fait positive, est de faire entrer le client chez vous et de lui vendre; il faut donc que votre extérieur ait trait à ce que vous vendez à l'intérieur. Une branche d'arbre aux tons chauds et chatoyants, placée dans votre vitrine ne manquera pas d'attirer l'attention du passant, mais, le bénéfice sera maigre pour vous, si, dans ce cadre attrayant et décoratif, vous n'avez pas disposé les articles que vous proposez aux acheteurs.

Ne garnissez pas votre vitrine d'un seul article comme des boîtes de peinture, par exemple, ou tel autre produit de ce genre; on s'arrêterait une fois à votre étalage, jamais deux. Mettez divers articles en évidence, vous vous adresserez à plus de besoins que si vous n'en n'exposiez qu'un seul.