

qu'en ce moment les cuirs vernis ne conviennent que pour le costume habillé et leur vente, bien qu'assurée, n'est pas aussi forte qu'elle l'était autrefois. Le cuir verni fait une chaussure d'une belle apparence et il est facile d'en prendre soin si le vernis ne craque pas; mais est-ce là une raison suffisante pour qu'on s'en serve dans toutes les chaussures destinées à tous les usages? Les marchands entrepreneurs instruisent leurs clients dans cette matière, pour leur propre profit.

Quant à la forme du bout des chaussures, il y aura peu de changement, si jamais il y en a aucun. Les formes droites seront plus nombreuses et les formes courbées, surtout les formes excentriques, se feront remarquer par leur absence. Les talons seront à peu près tels qu'ils sont maintenant.

Les couleurs, brun et tan, seront les plus en évidence et toutes les autres couleurs ne seront que complémentaires. Dans la chaussure, les genres seront ainsi. Un trait caractéristique sera très important et tous les autres auront relativement peu d'importance. Quelquefois, c'est un modèle de tige qui est demandé pour quelque un et d'autres fois, dans tous les genres de cuirs, c'est une certaine couleur ou une certaine variété de couleur. Pour le moment, ce qu'on demande, ce sont des couleurs. Cela signifie de bonnes affaires pour ceux qui jouent bien leur jeu, qui font de forts achats pendant que l'idée est nouvelle et font un succès de leurs ventes, tandis que les ultra conservateurs attendent pour voir ce que deviendra la manie du brun.

#### LES METHODES MODERNES

Il existe encore des commerçants qui continuent à croire que les méthodes employées par leurs ancêtres sont assez bonnes pour eux. Leurs ancêtres étaient dans le commerce et y réussirent. Ils étaient à la hauteur de leur époque. Mais l'homme qui prend modèle sur son père et suit les méthodes surannées employées par lui, est peu clairvoyant et, en réalité, bien en arrière de ses prédécesseurs.

A l'époque de nos ancêtres, les choses étaient différentes et les méthodes employées alors n'étaient pas les mêmes que celles d'aujourd'hui. La population était disséminée, les journaux étaient peu nombreux et les voyages se faisaient lentement. On ne pensait pas alors, dans les ménages pauvres, aux objets de luxe qui sont presque des objets de nécessité maintenant. On faisait peu attention à la publicité et on n'en accordait presque aucune à la décoration des vitrines de magasins. Les magasins n'étaient pas tenus propres et personne ne s'occupait de la pureté des aliments. La popularité d'un

marchand se mesurait au volume de ses ventes, la qualité était chose secondaire.

Aujourd'hui le public a un désir beaucoup plus prononcé pour les marchandises les meilleures.

L'ouvrier est fier d'être un bon pourvoyeur pour sa famille. Il achète librement. Les membres de sa famille sont vêtus d'étoffes de qualité supérieure. Des frigidités coûteuses sont sur sa table. Sa femme et sa fille parcourent avidement les pages d'annonces des journaux, cherchant ce dont elles ont besoin ou ce qu'elles désirent. La critique des méthodes est générale et nombreuses sont les personnes qui les examinent. La malpropreté est reconnue comme un danger et l'impureté est une condamnation. Un service mal organisé suffit pour ruiner un commerce.

Les méthodes employées par l'homme d'affaires moderne sont meilleures que celles du temps jadis. Les annonces, les étalages en vitrines, la réclame de tout genre, sont nécessaires aujourd'hui. La propreté et l'attrait du magasin, la promptitude du service et la courtoisie sont choses essentielles aux affaires. De nos jours la concurrence est active et les magasins ne sont plus isolés. L'ancien boutiquier serait déconcerté s'il voyait comment se font les affaires maintenant. L'homme qui veut réussir dans le commerce doit se tenir à la hauteur de son époque. Ses ancêtres l'ont fait et, s'il veut suivre leur exemple, en esprit et en principe, il doit mettre de côté les méthodes surannées et aller de l'avant.

L'honnêteté, l'intégrité, l'honneur, la droiture de caractère sont des qualités tout aussi importantes aujourd'hui qu'elles l'ont jamais été et peut-être le sont-elles davantage. Mais les défauts d'autrefois, la malpropreté, la négligence, l'extension facile du crédit n'ont plus de place dans le catalogue des choses nécessaires aux marchands. Le magasin, pour obtenir du succès, doit être conforme aux idées nouvelles.

#### LA CRISE DE LA SOIERIE

##### Ses origines

Les affaires en soies et soieries traversent depuis quelques semaines, écrit le journal "Lyon Républicain", une période plutôt pénible qui a provoqué quelques déconforts dans le commerce les soies et une certaine gêne dans la fabrication de la soierie.

Cette situation est d'autant plus sensible qu'elle succède presque subitement à une activité qui s'était traduite par une hausse graduelle des prix de la soie (matière première) et des soieries (produits fabriqués).

Quelles sont les causes de ce changement?

Elles sont multiples et concernent cha-

que branche de l'activité commerciale. Nous les indiquerons succinctement, mais tout d'abord il convient de signaler le fait qui a déclenché le mécanisme soyeux.

La soie est un produit dont le prix est moment de la crise financière, suspendu sur tous les marchés du monde; il s'ensuit qu'une inflexion ou une dépression se produisant sur un marché quelconque se répercute rapidement sur les autres marchés.

Or, la fabrique américaine ayant, au moment de la crise financière, suspendu ses achats de matières premières et notamment ses achats de soies au Japon, ce dernier pays fit, en Europe, des offres telles que les cours furent précipités et que la cote enregistrera une baisse considérable.

D'autre part, les banquiers, qui avaient consenti des avances sur soies, voyant baisser la valeur de leur gage, demandèrent aux emprunteurs de couvrir les marges résultant de la baisse, et, à défaut de couverture, firent vendre la soie à des cours de plus en plus dépréciés. On est en droit de se demander si l'attitude, souvent trop rigide des banques, n'a pas été regrettable en la circonstance.

Il faut reconnaître toutefois que certaines maisons de soies, faisant un chiffre d'affaires relativement élevé, n'avaient pas à leur disposition un capital de roulement en rapport avec ce chiffre d'affaires; il n'était donc pas étonnant que ces maisons fussent obligées de liquider.

Les marchands de soie ont donc été victimes de la baisse des soies, mais dans des proportions diverses, suivant qu'ils opéraient pour leur propre compte, courant ainsi les chances de hausse ou de baisse, ou qu'ils faisaient eux-mêmes.

Il est difficile d'évaluer la perte causée par la baisse subite de la soie, mais, il y a quelques jours, il ne paraissait pas excessif de chiffrer à 25 millions environ la différence de cours sur les quantités de soies dépendant du commerce des soies de Lyon.

La fabrique de soieries a subi directement les effets de la baisse des soies. Les commissions données par les acheteurs au moment où la soie était à des prix élevés sont souvent reçues avec difficultés par les clients; le fabricant qui a produit du stock avec des soies chères est gêné pour le vendre à un prix normal. Les acheteurs offrent, pour le tissu, des prix calculés sur la parité des cours actuels des soies.

Ce qui aggrave la situation, c'est l'esprit d'anarchie qui règne dans la production des tissus courants; autrefois, le fabricant seul produisait des tissus; aujourd'hui, le commissionnaire fabrique, le tisseur façonne pour autrui travaille aussi pour son propre compte et produit