

LES MAGASINS A DEPARTEMENTS



Un projet de loi a été soumis au Parlement allemand pour imposer une taxe sur les grands bazars où l'on vend de tout et, comme il a la sanction de l'empereur, il n'est pas douteux qu'il devienne loi s'il ne l'est pas devenu à l'heure où nous écrivons ces lignes.

Le projet du gouvernement établit quatre catégories de commerçants, savoir, ceux qui vendent.

1° Epicerie, drogues, comestibles, tabacs, etc.

2° Vêtements, draperies, toiles, etc.

3° Ustensiles de ménage, de cuisine, verreries, ameublements, etc.

4° Métaux précieux, objets d'art, articles de luxe, papeterie, quincaillerie, armes, etc.

Ensuite, il décide que toute maison se trouvant vendre dans deux ou plusieurs des catégories spécifiées ci-dessus, et faisant une recette annuelle de 500,000 marks, est soumise à une taxe progressive. La taxe varie de 1½ à 2 pour cent de la recette annuelle. Par exemple, une maison faisant un chiffre d'affaires de 500,000 à 550,000 marks dans l'année paiera une taxe de 7,500 marks. Le tant pour cent à payer augmente par 50,000 marks de recettes, jusqu'à 1,000,000. A partir de ce dernier chiffre de recette annuelle, la taxe à payer est de 20,000 marks. Les maisons dont les recettes sont supérieures à 1,000,000 de marks sont taxées sur cette même échelle de 2 p.c. sur la recette annuelle.

Les maisons qui ne commerceront que dans l'une de ces quatre catégories ne paieront pas cette nouvelle taxe, quel que soit leur chiffre d'affaires.

Evidemment, ce projet rencontre de l'opposition, mais d'autre part, il existe dans le Parlement allemand un parti qui le trouve insuffisant et voudrait voir le gouvernement taxer davantage les grands magasins, de façon à les empêcher de dépasser un certain chiffre d'affaires. Un autre parti, sans être opposé au projet, préférerait voir taxer les bénéfices plutôt que la recette.

En Angleterre, quelques journaux discutent le projet de loi et généralement pour le décrier. Le *Daily News* et le *Daily Chronicle* entre autres qui traitent ce nouveau projet d' "acte monstrueux de bêtise économique" et d' "acte ridicule de législation surannée" ce qui, comme le fait remarquer un journal de l'autre côté de l'Atlantique, est peu juste en présence de l'impulsion et du progrès actuels du commerce et de l'industrie en Allemagne.

Qui sait même si en Angleterre il ne faudra pas, avant bien longtemps, imposer une taxe sur l'accaparement des affaires que le capital seul dirige et non l'intelligence.

Il se fait un mouvement en ce sens non-seulement en Allemagne, mais aux Etats Unis et en France également.

Au Canada, nous n'avons pas été en arrière pour demander la protection du commerce de détail. Les grands bazars ont été victorieux une première fois devant le Parlement Provincial, mais rien ne dit qu'ils le seraient une seconde fois.

Personne ici ne veut l'écrasement du capital, personne ne veut empêcher son voisin de vivre, mais tout le monde veut vivre et tout le monde doit vivre.

LES BONS VENDEURS



L'époque n'est plus où, dans le commerce des tissus, on demandait à un commis d'être simplement honnête, exact et poli. Aujourd'hui on veut aussi que le vendeur ait des connaissances qu'on n'exigeait pas de lui autrefois.

D'ailleurs, il est bon à tous les points de vue que tout homme connaisse bien son métier; on ne fait bien que ce que l'on sait et il est nécessaire, pour réussir, de bien faire ce que l'on fait.

Comme son patron, le commis doit savoir distinguer les tissus; il est nécessaire qu'il puisse dire si une étoffe est pure laine ou laine et coton et même qu'il soit capable de juger dans quelle proportion existe le mélange quand l'étoffe est composée de plusieurs matières.

S'il ne peut dire au client qu'un tissu est mélangé, le commis ne saura quelle contenance tenir devant lui; les dames, en général, sont d'excellents juges en étoffe et, si le commis annonce à une acheteuse un tissu pure laine quand le coton y entre pour la moitié, il laissera la cliente sous l'impression qu'il est un ignorant ou qu'il cherche à l'abuser; en somme, c'est le patron qui sera la victime de l'ignorance de son employé, car il est à présumer que l'acheteuse ne remettra plus les pieds dans le magasin et portera ailleurs sa clientèle, surtout si elle reste sous l'impression qu'elle a eu affaire à un commis malhonnête.

Comment un vendeur, s'il ne connaît pas à fond son métier, peut-il faire la différence de qualité et de prix de marchandises d'une apparence à peu près semblable quoiqu'entièrement dissemblables quant à la composition? Comment alors expliquer-t-il à son client pourquoi tel article dont l'aspect est moins brillant est plus cher qu'un autre qui frappe l'œil davantage?

C'est à chaque instant du jour, dans le commerce des tissus, que le client fait appel aux connaissances du vendeur et tout vendeur devrait être capable de guider et de conseiller un client indécis.

Le commis intelligent sait du reste que plus il aura de connaissances, meilleure sera sa position. Les employés connaissant parfaitement bien ce qu'ils vendent sont toujours recherchés par les marchands qui leur offrent de meilleurs salaires qu'aux employés moins connaisseurs; et ils se placent facilement, car quoiqu'ils soient moins rares que par le passé, ils ne se rencontrent pas encore en bien grand nombre.

Pour remettre à neuf les jupes d'étoffe noire

Prendre 2 oz. de campêche, coupé en petits morceaux, les enfermer dans un petit sac en toile claire et les faire bouillir dans une chaudière en cuivre, avec une quantité d'eau suffisante pour que l'immersion de l'étoffe à raviver soit complète.

Cette étoffe doit d'abord être lavée à l'eau chaude, puis plongée toute humide dans la chaudière, où il faut la laisser bouillir une demi-heure. On retire l'étoffe, on met dans le bain ½ oz. de sulfate de fer, on agite pour dissoudre le sel, puis on replonge l'étoffe, on laisse encore pendant une demi-heure, on la retire, on laisse refroidir et on rince à l'eau claire et froide. La teinte noire a repris toute sa pureté.