

### COMMENT INCITER LA FEMME A ACHETER

La femme magasin; elle aime magasiner. Quand elle palpe des étoffes, manie les mille petits objets de la toilette et tous les brimborions que chaque jour invente la mode, elle est dans son élément.

Elle achète non seulement pour elle-même, mais pour ses enfants et quelque fois aussi pour son mari. Le marchand ne fera jamais trop pour attirer la femme dans son magasin.

La première chose à faire dans ce sens est d'avoir un magasin d'accès facile. On peut remarquer que la plupart des magasins qui attirent la clientèle sont situés à un coin de rue, dans une rue passante, à fort trafic et où les facilités de communication par tramways ou autres moyens de locomotion sont grandes.

On verra rarement un magasin ouvrant aussi bien le soir que dans le jour, situé près d'institutions comme les banques ou les grandes compagnies d'assurances occupant tout un bloc et qui, la nuit venue, font tache noire et éloignent plutôt qu'elles n'attirent les passants.

Les facilités de communication sont un point important. A ce propos, on cite un fait qui est bon d'avoir en mémoire. Deux magasins de New York étaient situés 6ème avenue, côté Ouest, mais ils avaient aussi une forte clientèle de l'Est. Sous l'ancien régime du Metropolitan, les tramways donnaient des correspondances qui permettaient aux gens de l'Est de venir à ces magasins pour le prix d'un ticket. Mais quand les tramways passèrent aux mains d'un "receiver" les correspondances furent supprimées. Les magasins de la 6ème avenue perdirent de ce fait une partie de leur clientèle, les acheteuses ne désirant pas payer double passage dans les deux sens pour aller magasiner. Les gérants des magasins se jurèrent qu'ils ramèneraient ces clientes par un moyen quelconque. Pour cela, ils créèrent une ligne d'omnibus très confortables et spacieux qui traversaient la ville et faisaient chaque jour une douzaine de voyages des stations de chemins de fer élevés et souterrains jusqu'aux magasins. Toute femme pouvait y prendre place sous la seule condition de se procurer un ticket au magasin.

Non seulement la clientèle perdue revint, mais elle augmenta grâce à la gratuité et au plaisir du trajet dans un véhicule confortable. Cette idée de l'omnibus n'était pas absolument nouvelle, dit le "Saturday Evening Post" auquel nous empruntons ces détails, car Marshall Field l'avait mise en pratique bien des années auparavant pour conduire sa clientèle des stations de chemins de fer à son magasin. Plus les moyens de transport sont directs et bon marché, plus aussi sont grandes les chances d'at-

tirer un plus grand nombre de femmes. L'expérience a démontré qu'elles ne se donnent pas beaucoup de peine pour atteindre un magasin.

L'emplacement d'un magasin près des théâtres où l'on donne des matinées est excellent.

Supposons l'emplacement bien choisi, très accessible, que faut-il faire pour induire la femme à acheter quand elle a pénétré dans le magasin? Tout le secret, quand on a des marchandises de saison,

éventails, des parapluies, etc., etc., toutes les choses qui s'adressent à la fantaisie féminine qui intéresse les femmes du premier coup et les incite naturellement à acheter. Ainsi, la magasinneuse a pris goût à l'achat et elle a le sentiment qu'elle obtient exactement ce qu'elle veut; il y a gros à parier qu'elle achètera plus qu'elle ne pensait le faire en arrivant.

(A suivre)

### ACCESSOIRES DE LA TOILETTE

Les jabots fantaisie en dentelle, dans les genres d'un seul côté et cascade, continuent à être en vogue à Paris et sont vus d'un oeil favorable par les acheteurs pour l'automne et l'hiver. Les jabots en chiffon plissé, formant effet de cachemire noir et blanc, se vendent très bien. Parmi les jabots les plus en demande figurent ceux à petits plis en chiffon persan, avec bordure en satin uni. Presque aussi populaires sont les jabots plissés et les cols en chiffon blanc et noir. Un modèle gracieux en chiffon blanc sur mousseline avec fines rayures noires espacées à intervalles larges et étroits, ainsi qu'un modèle inverse noir avec rayures blanches, font des jabots et des nœuds fantaisie des plus attrayants.

Les nœuds fantaisie, dans les variétés longues, horizontales et verticales, obtiennent beaucoup de succès. Parmi les plus attrayants sont ceux où une couleur simple se combine à un peu de tissu persan, de plaid ou de rayure romaine. Souvent, c'est le placement inaccoutumé d'un biais de rayure romaine, de plaid ou de tissu persan qui donne un style particulier. Le rouge fait très bien dans ces jabots et accords de couleur, et le bleu Copenhague est également en faveur.

Les cols rabattus en toile brodée commencent la saison de la manière la plus satisfaisante et, comme les costumes tailleur en deux morceaux occupent une place importante dans la ligne des vêtements, ces cols seront sans doute encore plus grands quand la saison régulière commencera avec le froid.

Les cols hollandais, les empiècements et les cols stock en dentelle Plauen se vendent en grandes quantités. Les longs articles de cou conservent toujours leur popularité. Le col hollandais très étroit, appelé "Jane Eyre", en imitation de point de Venise ou de dentelle bébé Irlandaise, est un de ceux qui se sont bien vendus.

Le même col en Suisse brodé est également un bon article de vente.

Les chemisettes et les empiècements en dentelle Plauen et en combinaisons de dentelle et de satin, se sont vendus en bonnes quantités.

Bien que les acheteurs aient accordé une faveur remarquable aux dentelles de couleur, il était évident que le grand emploi fait des dentelles régulières pour la grande majorité des nouvelles robes fran-



d'un prix raisonnable et d'une bonne qualité, est de rendre aussi attrayant que possible l'étage principal, de fasciner pour ainsi dire la femme pour la décider à acheter. C'est ainsi qu'on voit dans certains grands magasins, des petits articles disposés de façon à ce qu'ils soient forcément vus, ils arrêtent la femme qui les examine. Ce sera, par exemple, de la bijouterie, des ceintures, des boucles de ceinture des articles de toilette, des épingles à chapeaux, des articles en cuir, des