

LE PRIX COURANT

REVUE - HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

La Compagnie de Publications des Marchands Détailliers du
Canada, Limitée,

Téléphone Est 1185.

MONTREAL.

Echange reliant tous les services:

ABONNEMENT: Montréal et Banlieue, \$2.50 }
Canada et Etats-Unis, 2.00 } PAR AN.
Union Postale, - Frs. 20.00 }

Bureau de Montréal: 80 rue St-Denis.

Bureau de Toronto: Edifice Crown Life, J. S. Robertson & Co., représentants.

Bureau de New-York: Tribune Bldg., William D. Ward, représentant

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.
A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement
à nos bureaux, 15 jours au moins avant la date d'expiration
l'abonnement est continué de plein droit.

Toute année commencée est due en entier.

L'abonnement ne cesse pas tant que les arrérages ne sont
pas payés.

Tout chèque pour paiement d'abonnement doit être fait
payable "au pair" à Montréal.

Chèques, mandats, bons de poste doivent être faits payables
à l'ordre de "Le Prix Courant".

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit:

"LE PRIX COURANT", Montréal.

Fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, Vendredi, 4 Décembre 1914.

Vol. XLVII—No 49.

NOËL

Noël! Ce mot est pour les enfants comme un enchantement, c'est une veillée à laquelle ils aspirent de toutes leurs petites forces et à laquelle vont toutes leurs pensées. Pour les grandes personnes, ce mot n'est pas moins impressionnant, il laisse entrevoir les bonnes réjouissances familiales qui nous rappellent les traditions et dans toutes les familles on s'apprête, bien avant l'heure, à fêter ce jour bienheureux tout fait de joie et de distractions réconfortantes. C'est que Noël est la fête des foyers. C'est l'époque des joujoux, des cadeaux, des surprises agréables, des dons charmants auxquels on ne s'attend pas, mais qu'on soupçonne cependant, des désirs, des achats, des repas gigantesques et des dépenses inaccoutumées.

On conçoit dès lors tout ce que ce simple mot peut signifier pour le marchand-détaillant à qui incombe le soin d'approvisionner tout ce monde avide d'emplettes. Noël, c'est l'époque d'or du commerçant, le temps facile où les ventes se précipitent sans arrêt, où le client a toujours le porte-monnaie à la main pour payer et où le marchand a toutes les chances de lui faire choisir ce que bon lui semble.

Aussi calme que soit l'année, aussi basses que soient les affaires, la venue de Noël est toujours un moment d'effervescence, de reprises du commerce; les ventes montent à cette saison à leur maximum, les stocks se dégarnissent avec une rapidité incroyable, c'est pour le marchand une époque de rêve, mais de rêve qu'il faut savoir réaliser.

Tous les marchands ne profiteront pas de ce regain d'activité, beaucoup laisseront échapper cette occasion unique de faire de l'argent parce qu'ils ne s'y seront pas préparés où qu'ils ne s'y seront pas pris à temps pour prendre les moyens de rencontrer la demande extraordinaire qui caractérise ces quelques jours de fête. Et franchement, dans des temps durs comme ceux que nous traversons, ceux qui ne saisissent pas cette opportunité sont réellement impardon-

nables et ne sont guère qualifiés pour se plaindre des affaires.

Que faut-il donc pour tirer profit de telles circonstances? Peu et beaucoup. Peu, en ce sens que chacun est à même selon ses moyens de prévoir et d'organiser ce qui est nécessaire pour obtenir des résultats; beaucoup, parce qu'une attention de toutes les minutes doit présider aux préparatifs de ces ventes spéciales dont les profits doivent être très appréciables.

Dès maintenant les détaillants doivent commencer à attirer les yeux des passants sur leur devanture, c'est dire qu'ils doivent faire des étalages originaux autant qu'attrayants. Sans doute, vous ne retirerez pas immédiatement le bénéfice de ces travaux de vitrine, mais quand le temps sera venu vous en récolterez d'autant mieux les fruits que vous aurez préparé longtemps à l'avance le public à acheter à votre magasin. Un point important pour s'attirer de la clientèle au moment des fêtes c'est de savoir offrir des suggestions aux clients possibles. Combien de personnes ont l'intention de faire tel ou tel cadeau pour la Noël, mais sont étrangement embarrassées pour arrêter leur choix. Vous pouvez les y aider en leur fournissant quelques idées attrayantes et susceptibles de plaire. Ne négligez donc pas en faisant vos étalages de faire accompagner les différents objets qui les composent d'inscriptions spécifiant que ces articles sont particulièrement bien appropriés comme cadeaux de Noël. Ornez gracieusement vos vitrines; illuminez-les de façon effective; sachez prévoir et organiser et vous obtiendrez votre large part du commerce de Noël que nous allons atteindre dans quelques jours.

Si vous aviez confiance en votre pays en 1912, pourquoi perdriez-vous confiance à présent?

* * *

N'abaissez pas le pavillon du commerce, mettez-le au contraire bien haut en berne.