

pas mentionné le nom de Brown & Co. Tous vos confrères qui se sont arrêtés ici m'ont dit que leurs marchandises étaient tout aussi bonnes que celles de Brown; en conséquence j'ai naturellement pensé que c'était la meilleure maison du marché et j'ai toujours acheté d'elle.

"Que votre concurrent sache que vous vous réjouissez de sa prospérité; donnez lui d'une manière aimable les renseignements qui le concernent; mais ayez un oeil ouvert sur ses prix et sur la manière dont il mène ses affaires et vous trouverez la clef qui vous conduira vous-même au succès."

Tel est le conseil d'un homme expérimenté en matière de ventes.

LA SITUATION DU MARCHÉ DES COTONNADES

Le marché des cotonnades pour la saison du printemps 1905 est hésitant. On ne semble pas savoir exactement où l'on en est. En effet, plusieurs des moulins qui viennent de publier leurs prix pour le printemps prochain ont fait de légères concessions sur quelques lignes, tandis que sur d'autres les prix sont augmentés.

En somme, les prix sont beaucoup plus fermes que l'on ne s'y attendait il y a quelques mois, lors de la baisse violente des prix des cotons bruts.

Cette fermeté relative du marché des cotonnades doit être en grande partie attribuée au fait que la récolte du coton en 1904 a été loin d'être aussi forte que l'on croyait, bien qu'elle ait été satisfaisante. Une autre cause de fermeté c'est que, jusqu'à présent, la demande a été égale à l'offre. Malgré toutes ces bonnes raisons, la situation actuelle du marché qui, nous le répétons, est assez incertaine n'est pas sans causer d'anxiété aux marchands de gros et de détail qui portent d'assez forts stocks de cotonnades.

LE PRÉSIDENT DE LA BRADSTREET CO DECEDE

M. C. F. Clark, président de la Bradstreet Co. est décédé. M. Clark était né à Preble, comté de Cortland, N. Y., en 1836. Pendant quelques années il publia le directeur de la cité de Détroit, puis, en société avec M. C. Schurz, le Detroit Post. C'est dans le développement de la Bradstreet Mercantile Agency, cependant, que fut son oeuvre principale. Il a été successivement surintendant des bureaux de Détroit, Philadelphia et Boston et gérant général avec résidence à New-York. C'est en 1876 que cette agence fut incorporée sous le nom de "The Bradstreet Co.", M. Clark en devint le secrétaire et plus tard il fut élu à la présidence. M. Clark était également vice-président de la Washington Trust Co., directeur de l'American Cotton Oil Co., Niagara et membre de la Chambre de Commerce de New-York.

UNE BONNE SEMAINE

La semaine d'ouverture des Modes d'automne a été, cela va sans dire, une semaine exceptionnelle au point de vue des ventes dans le commerce des Modes en gros.

Comme nous l'avons déjà fait remarquer, les expositions de Modes qui attirent toujours un grand nombre d'acheteurs et d'acheteuses à Montréal, sont également une excellente occasion pour les maisons de gros du commerce de marchandises sèches d'avoir la visite de bon nombre de leurs clients et clientes.

Dans la plupart de ces maisons qu'a visitées le représentant de "Tissus et Nouveautés" dans ses tournées coutumières, il lui a été rapporté que les affaires ont été très actives pendant la semaine d'exposition des Modes d'Automne.

On a remarqué cette année que beaucoup plus de marchands du dehors que d'habitude étaient venus à Montréal à cette occasion. Les commandes placées par ces visiteurs ont porté principalement sur les rubans, les broderies, les dentelles et les garnitures de fantaisie pour robes. Ces derniers articles seront évidemment de grande vente pendant la saison d'automne.

QUESTION DE DATE

Relativement à la date de la dernière exposition des Modes d'automne, la plupart des maisons de gros de Montréal déclarent qu'en réalité cette date d'ouverture a été fixée à une époque trop rapprochée.

Elles auraient préféré que les ouvertures de modes n'aient pas lieu avant le milieu de septembre et nous sommes à peu près certains que les modistes de détail et les propriétaires des magasins qui font une spécialité des chapeaux pour dames partagent la même opinion.

En effet, ce n'est guère avant cette date qu'on peut prévoir d'une façon définitive qu'elle est la tendance réelle de la Mode tant à Paris qu'à New-York.

La raison pour laquelle on a dû fixer l'ouverture des Modes à Montréal à une date aussi rapprochée, c'est que les maisons de Modes en gros de Toronto avaient fixé l'époque de leurs expositions à une époque trop hâtive.

LA MODE DU JOUR

La Mode du jour n'est qu'un retour aux anciens genres en faveur il y a plus de vingt ans: manches à gigot, robes garnies de volants et évasées du bas, etc.

Rien n'est véritablement nouveau de nos jours dans le costume de la femme, si ce n'est la transformation radicale qui s'est produite il y a quelques années quand on a introduit le genre tailleur. Ces vêtements quasi-masculins ont beaucoup perdu de leur vogue et les femmes bien habillées ne s'en servent que le matin.

LE MAINTIEN D'UNE POSITION

Comment conserver une position?

"Faites juste aussi peu de travail que possible; ne prenez aucun intérêt à l'entreprise; maudissez l'injustice de votre patron quand vous voyez des plus jeunes que vous obtenir de l'avancement en vous passant par-dessus la tête", comme le fait remarquer H. J. Haggood, un spécialiste en matière d'emplois. En suivant ces règles vous pouvez conserver votre position pendant votre vie et au bout de cinq ou dix ans, le salaire qui vous sera payé et les responsabilités qui pèseront sur vous ne seront pas autres que quand vous aurez débuté.

Mais par tenir une position, nous entendons plus et mieux que cela. Nous voulons dire qu'il faut constamment donner une plus grande satisfaction à celui qui vous emploie en développant sans cesse vos aptitudes, ce qui vous vaudra sûrement un plus fort salaire et une position de confiance.

Ce dont il s'agit, c'est réellement du succès en affaires et ce succès comme le succès en toutes choses "n'est pas chose d'enseignement". Il y a cependant certaines idées utiles à apprendre en étudiant la carrière d'hommes ayant réussi. Bien que les voies par lesquelles ils ont atteint le succès soient grandement différentes, il y a certaines qualités frappantes qu'on retrouve dans tous ces hommes. Ces qualités selon nous sont essentielles pour réussir en affaires — promptitude, courtoisie, loyauté, travail ardu.

La promptitude est la note dominante dans ce siècle d'activité. L'occasion n'attend personne et l'homme qui est toujours un peu en arrière du temps joue un jeu de perdant. "Toujours là avec la marchandise" est l'un des meilleurs compliments qu'on puisse faire à l'homme d'affaires moderne. "Avoir la marchandise" est la première considération, mais elle vous servira de peu si vous n'êtes pas toujours avec elle au moment où elle est demandée.

Sous ce rapport, on raconte une bonne histoire de Philip D. Armour et d'un jeune homme qui venait d'entrer à son emploi. Le premier jour le jeune homme arriva au bureau à 9 heures et trouva son patron déjà à la besogne. Le matin suivant à 8 heures et demie et le lende-