

sont des feuilles d'une certaine espèce de chêne. Sa fibre est rude et inégale, comparée à la soie donnée par le mûrier. Le cocon ressemble davantage à une coquille d'œuf, et il est difficile à dévider.

Une fois dévidée, la soie tussor a une apparence très rude, et une couleur brun pâle; on la reconnaît à son apparence dans les pongées et les Shantungs ayant un fini naturel, pour la fabrication desquels la soie tussor est employée.

Dans les grands centres manufacturiers et producteurs de soie il y a ce qu'on appelle des maisons de conditionnement. Dans ces établissements la soie est éprouvée ou conditionnée; les maisons de conditionnement donnent un certificat concernant le poids, la finesse, etc.; le conditionnement quant au poids est rendu nécessaire par le fait que des marchands peu scrupuleux ont profité de l'affinité qu'a la soie pour l'eau, ou en d'autres termes, de la facilité avec laquelle la soie absorbe l'humidité. Nécessairement cette eau ou humidité, augmente le poids de la matière, chose très importante pour un article dont la valeur est aussi élevée que celle de la soie.

La soie brute peut contenir jusqu'à 25 p. c. d'eau sans que son humidité soit apparente. Dans la maison de conditionnement on se rend compte de la proportion d'humidité. Comme résultat les marchands sans scrupules ne peuvent pas tromper les acheteurs en vendant la soie au poids après qu'elle a été emmagasinée dans une cave ou dans un autre endroit humide, où elle a ainsi absorbé un excès d'humidité.

Le conditionnement se fait d'habitude en prélevant des échantillons dans chaque balle, en les exposant pendant quelques heures à la chaleur sèche, et en les pesant rapidement. La différence entre le poids des échantillons secs et celui d'autres échantillons pris directement dans la balle, est ainsi déterminée. Le poids total des balles séchées est ainsi obtenu, et on y ajoute un pourcentage, puisque dans les circonstances ordinaires, la soie brute n'est jamais complètement exempte d'humidité.

Le pourcentage ajouté est d'habitude de 11 p. c. Ainsi, si l'opération du conditionnement indique qu'une balle de soie absolument sèche pèse 200 livres net, son poids est conditionné à 11 p. c. de plus c.à 220 livres et le vendeur a droit au paiement de cette dernière quantité.

La proportion de 11 p. c. est acceptée comme moyenne d'humidité. Certaines soies peuvent en contenir 7 p. c. seulement, tandis que d'autres peuvent en avoir 15 pour cent ou davantage.

La finesse de la soie brute est indiquée au moyen de nombres. Ces nombres sont exprimés en deniers, ancienne mesure française correspondant philologiquement à la mesure anglaise penny-weight. Le denier est une subdivision de l'ancienne

livre française, et 533 1/3 deniers font une once avoirdupois.

Le nombre donné à la soie est basé sur le poids en deniers d'une longueur de fil de soie égale à 400 aunes. L'aune est aussi une ancienne mesure française, et 400 aunes égalent 476 mètres ou 520 verges.

Si donc un fil de soie brute de 520 verges pèse dix deniers, il sera classé sous le No 10. Mais comme les fils de soie n'ont pas absolument la même épaisseur dans toute leur longueur, on emploie un numéro exprimant son épaisseur moyenne.

Ainsi un fil No 10 dont l'épaisseur serait entièrement uniforme porterait le No 9-11 et ainsi de suite.

D'autres systèmes de numération pour la soie brute sont employés, tels que l'ancien système français, l'ancien système italien, etc.; mais comme signification, ils varient très peu de la numération en deniers.

La soie brute est divisée en quatre qualités: la plus haute étant connue sous le nom de "Extra classique"; la seconde, sous le nom de "Classique", la troisième sous celui de "filature". Le terme "redévidé" signifie que la soie a été dévidée une seconde fois à cause d'imperfections.

Des numéros sont aussi employés pour le degré de finesse des fils de ces catégories.

Les soies japonaises et chinoises sont aussi différenciées par diverses marques ou "chops", pour employer le terme chinois. Système que les maisons de conditionnement déterminent le poids et la finesse de la soie, elles ne s'occupent pas de sa catégorie, ni de sa qualité. C'est-à-dire qu'elles ne décident pas si une soie italienne, par exemple, est extra classique, classique ou filature, ni si une soie japonaise filature doit être classée comme meilleur No 1, comme No 1, ou comme No 2.

LE COUT DE LA PUBLICITE

Il doit être considéré comme un placement de fonds et non comme une dépense

N'oubliez pas que si vous faites des annonces d'une manière intelligente et sensée, votre publicité sera un placement de fonds et non une dépense. Vous pouvez mettre en stock une nouvelle ligne de marchandises. Vous direz peut-être: "Cette ligne va me coûter \$5,000. Je peux renouveler mon stock trois fois par an avec un profit net de 20 à 30 pour cent \$3,000 de profit par an". Vous vous figurez d'avance le profit que vous pouvez faire sur ce placement. Faites le même calcul pour votre publicité. Traitez-la comme un placement de fonds; si vous faites en ce moment des affaires totales de \$25,000 par an avec une publicité médiocre et indifférente, vous pouvez consacrer à la publicité un pourcentage donné de ce montant et il vous fournira un

dividende plus fort que toute autre partie de votre fonds, si vous faites ce travail comme il doit être fait, dit "Succès".

Cette publicité fera plus de vous rapporter des dividendes. Elle affirmera votre position dans le monde des affaires, elle augmentera la clientèle de votre établissement, elle rendra plus difficile à vos concurrents de vous enlever votre clientèle.

Il n'y a pas de règle générale qui puisse déterminer ce que ce pourcentage sera. Sur la marchandise courante, le pourcentage doit être plus faible que sur les articles qui procurent un profit plus fort. La moyenne générale sur la vente totale est de 1 à 5 pour cent. A mesure que votre commerce s'établit plus fermement, vous pouvez réduire le pourcentage chaque année. Vous augmenterez dans l'ensemble le total consacré à la publicité, mais en raison du volume accru des affaires, le pourcentage sur la totalité sera moindre. En plaçant des fonds de cette manière, vous achetez de nouvelles affaires et vous pouvez très bien payer le prix qu'elles valent.

Rappelez-vous qu'il n'y a que quelques commerçants qui fassent leur publicité comme elle doit être faite. Si d'autres ne réussissent pas avec leur publicité, ce n'est pas une raison pour que vous ne puissiez pas réussir. Les affaires sont simplement une question de survivance de l'homme qui est le mieux en état de réussir, et cela veut dire le meilleur service et la divulgation au public de ce que vous avez à vendre. L'homme qui peut faire ces choses mieux que vous trompera de vous en tout temps. Dans presque toutes les villes, il y a un ou plusieurs exemples frappants de ce que nous venons de dire.

Portez-vous au sommet de l'échelle. Vous en bénéficiez, vous en ferez bénéficier votre ville et vos voisins qui sont dans les affaires. Cela aidera l'homme qui a les affaires dans le sang. L'homme à hauteur de la situation peut bénéficier et bénéficier de ces plans.

Plus on observe et on étudie les affaires et la publicité, plus on est imprégné de l'idée qu'une forte personnalité soutenant le magasin et la publicité est absolument essentielle au succès—bonne tournure d'esprit, principes honnêtes, aptitude à comprendre les besoins des clients et force de volonté pour rendre service à autrui.

La publicité est la multiplication du vendeur. Une bonne publicité et un mauvais vendeur ne peuvent pas s'accorder. Débarrez-vous de tout commis à la figure longue. Mettez dehors tous les employés qui ont une mauvaise disposition d'esprit. Un magasin plein d'employés ayant une aimable tournure d'esprit, s'appuyant sur de bons et honnêtes principes, le tout se traduisant par une publicité sensée, est invincible. Il sera toujours achalandé.