

## ETALAGE

Un des facteurs les plus importants pour l'augmentation du chiffre des affaires et l'établissement d'un bon commerce, d'un commerce actif, c'est un fait reconnu, consiste dans l'art de faire l'étalage des vitrines.

Il n'est pas un département qui ait fait autant de progrès que celui qui s'adresse directement à la foule, le département chargé de l'étalage.

Aujourd'hui, le magasin est tout en glace ; autrefois, il n'y avait de glace que pour la vitrine de la façade.

Autrefois, seules les maisons faisant le commerce de nouveautés s'occupaient d'ornez leurs vitrines d'une manière attrayante ; aujourd'hui l'art de l'étalage préoccupe tous les commerçants.

meilleurs, consiste à produire quelque chose qui fasse parler les gens, qui excite leur curiosité, éveille leurs desirs et leur admiration et, finalement entraîne leur clientèle.

Une vitrine bien arrangée est souvent plus éloquente que le meilleur des commis.

Les marchandises doivent être disposées de telle sorte que les gens éprouvent le désir de les posséder et ce sentiment, tôt ou tard, finit par amener un achat.

Le résultat de cet étalage aura pour effet de faire une vente directe et immédiate à toutes les personnes ayant les moyens de satisfaire un besoin, un désir, un caprice du moment.

Ceux qui ont à faire des combinaisons et à calculer avant d'acheter, se rappelleront le magasin et les marchandises longtemps après qu'elles auront disparu de la vitrine.

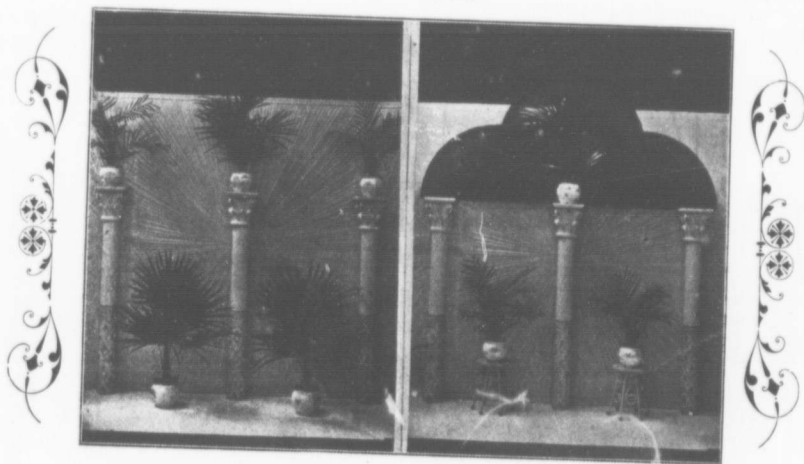


Planche No 15.—Fonds Artistiques pour Vitrines.

Il est incontestable qu'il y a peu d'éléments d'attraction aussi intense qu'une vitrine disposée avec goût, avec chic, avec art.

C'est une publicité dont la valeur n'est pas à dédaigner bien qu'elle n'atteigne qu'une fraction de clientèle — celle des passants. Celle-là, du moins, est à la portée de tous les marchands, les petits comme les gros. C'est assurément la publicité qui coûte le moins cher. Ne serait-ce pas là, une des raisons pour lesquelles tant de marchands la négligent ?

Le but de la vitrine est de montrer aux passants une partie des articles qui se vendent dans les magasins, avec les prix auxquels ces articles se vendent ; d'attirer l'attention du public sur le magasin ; d'exposer des marchandises susceptibles d'exciter la convoitise des passants. C'est vers ce but que se concentrent ou, du moins, doivent se concentrer tous les efforts.

L'objectif principal des étalagistes qui ont le plus de succès, comme celui des annonceurs classés parmi les

D'autres personnes feront part à leurs amis et connaissances de l'attraction qui aura frappé leurs regards et les induiront à faire des achats.

D'une manière ou d'une autre, l'étalage amènera des affaires, vu que l'annonce varie continuellement.

Successivement, la publicité ainsi intelligemment faite, répondra à tous les besoins du public, dans une certaine ligne de commerce, et ne manquera pas d'amener la foule au magasin.

Il y a différents moyens de provoquer l'intérêt de la part des passants. Devant une exposition d'un stock immense d'un article déterminé, le public s'arrêtera, comme il s'arrête pour admirer un géant ou tout autre objet remarquable par des dimensions extraordinaires.

Une autre méthode consiste dans la disposition originale des marchandises exposées — c'est dans ce genre de décoration que le goût de l'artiste peut se donner libre carrière, — soit par une habile opposition des couleurs claires et foncées, par l'imitation de certains objets au moyen