

Les rubans bordés et frangés de picot

Une importante quantité de rubans a été employée par les confectionneurs de Paris et l'attention pour ceux-ci est pleine de promesses.

Les rubans bordés de picot ont obtenu un plein succès. De même ceux bordés d'une frange très étroite. Parfois cette frange est double et en deux couleurs.

De très petits nœuds de rubans de taffetas épais bordé de picot ont eu un bon accueil.

On montre pour l'automne de très belles nouveautés en rubans de velours changeable et en ruban de paille.

Les couleurs des nouveaux chapeaux

Les échantillons des nouvelles teintes dont les confectionneurs de chapeaux prévoient l'emploi pour la saison prochaine indiquent que les teintes sombres, mal définies et floues, de gris, brun, prune et bleu seront en faveur.

Les rubans et soies pour chapeaux sont teints dans ces nuances par les manufacturiers français de haute classe.

Il y a un sentiment qui porte à penser que sur le tard un effort sera tenté pour l'obtention de coloris moins sombres. Mais pour l'instant, ceci est encore très problématique et les indications présentes sont nettement en faveur des couleurs foncées. Les manufacturiers néanmoins sont désireux de populariser des effets plus clairs, et leur premier effort dans cette voie se manifeste par la présentation de teintes pastel moyennes.

LE COTON AUX ETATS-UNIS

D'après l'annuaire statistique des Etats-Unis pour l'année fiscale 1911, la culture du coton est restée sensiblement la même depuis dix ans; la surface cultivée était alors de 28 millions d'acres (11 millions 31 hectares) en moyenne; elle est actuellement un peu supérieure à 30 millions (12 millions d'hectares). Le rendement était de 9 à 10 millions de balles (500 livres anglaises); il est maintenant de 10 à 11 millions. La consommation nationale du coton a augmenté dans la proportion de 4 millions et demi de balles à 5,800 mille entre 1880 et 1890; elle a atteint 6,800 mille balles en 1910 et 8,025 mille en 1910.

LA PRATIQUE DES AFFAIRES

LA QUESTION DU POURCENTAGE

Il est certain que la plupart des marchands font usage du pourcentage pour figurer les profits et marquer les prix, mais à part cela, l'application qu'ils en font dans sa forme la plus simple est surtout pour des fins de statistiques.

Il apparaît vraisemblablement que la majorité des gens se reculent devant le problème ordinaire du pourcentage s'il ne se réduit pas à une seule opération.

Le principe de couper le taux avec sa base est le point de départ de beaucoup des plus communes erreurs. Le problème suivant mettra en évidence ce que nous voulons signifier par là:

"Un article coûtant \$50.00 et étant destiné à être vendu 40% au-dessus du coût, si, par la suite, on accorde un escompte de 40%, y aura-t-il gain ou perte, et combien?"

Soumettez ce problème à presque tout le monde, à l'exception de quelques marchands faisant de fréquents escomptes, tous ou presque tous vous répondront immédiatement qu'il n'y a ni gain ni perte dans une telle opération. Quelques-uns s'imagineront peut-être que cet escompte a apporté quelque changement, mais peu seront capables de vous dire s'il consiste en une perte.

On peut attribuer ce fait presque uniquement à ce que beaucoup de personnes omettent de se faire à l'idée que le taux du pourcentage représente une partie fractionnelle de la base, et que dans les problèmes tels que celui dont il est question, il y a deux bases distinctes, la seconde étant 40% plus élevée que la première, et que, en conséquence, le second pourcentage sera 40% plus élevé que le premier. donnant ainsi l'escompte de 40% ou du 16% du coût original.

Il est indispensable de se graver cette idée dans la tête, qu'il n'y a pas égalité entre les taux de pourcentage, à moins que leurs bases soient égales et de plus, qu'aucune comparaison ne peut être faite entre eux à moins qu'ils n'aient été réduits aux limites de la même valeur unitaire ou aux pourcentages de la même base.

La mention de tout chiffre de pourcentage est sans signification si nous n'y faisons figurer la spécification de notre base de calcul.

Au demeurant, la coutume est pour beaucoup dans la signification de nombre d'expressions, mais cette même coutume peut

en changer la signification, et avec le besoin actuel qui semble prévaloir dans la plupart des lignes de commerce de laisser le public dans l'ignorance des profits réels et autres données de ce genre, l'opportunité offerte par des expressions incomplètes est beaucoup plus tentante.

Si l'on considère les calculs qui doivent être édifiés sur certaines expressions, nous croyons que quelques-unes d'entre elles devront être éliminées de notre arithmétique commerciale. Par exemple au lieu de "quel est le pourcentage de bénéfice?" on devra dire: "Quel est le pourcentage du gain sur le coût?", ou bien: "Quel pour cent du prix de vente représente le profit?", selon ce que l'on veut signifier.

Le petit exemple suivant donnera une raison des motifs qui nous poussent à une telle minutie de termes:

Nous avons entendu poser le problème ci-dessous par une notoriété des mathématiques commerciales:

Un article coûte \$1.00 à manufacturer; les dépenses de vente s'élèvent à 22%; combien doit-il être vendu pour qu'il y ait un profit net de 10%?

Beaucoup de personnes se basant sur les données des livres donneront comme résultat \$1.32, prenant le premier coût comme base, pour estimer le coût de vente et le profit net.

Telle n'était pourtant pas la solution exacte, celle-ci étant \$1.47. L'auteur du problème, en expliquant le calcul à faire, insistait sur ce fait que les frais de vente et le coût devaient être cotés sur la base du prix de vente.

Il est bien évident que beaucoup de faillites sont dues à cette pratique de baser les profits désirés sur le coût.

Les hommes d'affaires qui prirent part à la discussion du problème ci-dessus, nous apprirent que c'était la coutume de plusieurs grosses maisons de commerce de la ville (et c'est très probablement pareil dans toutes les autres) de réduire leurs profits et coût de vente à une base de pourcentage avec le prix de vente comme base.

Ceci vient prouver une fois de plus que l'art d'appliquer l'arithmétique aux affaires demande plus d'étude et de jugement que n'en exige la science elle-même, et tout ceci tend à démontrer qu'il y a encore une grande part de vérité dans le vieux dicton: "Un fou peu poser des questions (aussi bien en arithmétique qu'en n'importe quelle autre matière) auxquelles un homme intelligent ne pourra pas répondre."