

# Tissus et Nouveautés

(TISSUES & DRY GOODS)

REVUE MENSUELLE

Publié par La Compagnie de Publications Commerciales (The Trades Publishing Co'y), 25 rue Saint-Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2347, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux États-Unis, \$1.00, strictement payable d'avance; France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé, à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés.

Adresser toutes communications simplement comme suit: **TISSUS ET NOUVEAUTÉS, MONTRÉAL, Can.**

Vol. V

MONTRÉAL, AOUT 1904

No 8

## AYEZ CONFIANCE EN VOUS-MEME

Il est peu de choses qui soient plus importantes et plus utiles dans le caractère de l'homme, peu de choses qui aient autant à faire pour l'obtention du succès dans tout métier ou profession que la confiance en soi-même. Un grand nombre d'hommes et de femmes, dit le "Leslie's Weekly", ont été soumis à une existence bien au-dessous de celle pour laquelle ils étaient naturellement destinés, à une existence de découragement, inutile, misérable simplement parce que dans leur enfance parce qu'ils ont reçu de leurs parents, de leurs professeurs et souvent aussi de prédicateurs, cette impression qu'ils ne sont rien autre chose que des "vers de terre"; parce qu'il leur a été enseigné que les aspirations à s'élever au-dessus de leur état n'étaient que rêves de folle et que la soumission aux circonstances quelles qu'elles puissent être, est la première loi de l'existence.

Avec un tel enseignement à l'école comme à la maison, avec cette impression dès leur plus tendre enfance qu'ils sont nés pour n'être rien et que c'est un péché d'essayer d'être autre chose, il n'est pas surprenant que beaucoup de ceux qui ont été ainsi éduqués doivent s'abaisser au niveau de la domesticité servile et sans caractère. Jamais ils ne se rendent compte des dons qu'ils ont reçus en propre et de leur puissance; ils sont sans initiative, ne s'aventurant jamais, n'osant jamais faire quoique ce soit de leur propre mouvement; on les trouve partout au bas de l'échelle, à la disposition de tout maître, créatures soumises et résignées en toutes circonstances fâcheuses.

## LA MODE PARISIENNE

### La fin d'un pillage

Les créateurs parisiens de la mode se récriaient depuis longtemps contre le pillage dont ils étaient victimes et le Bulletin des Modes françaises résumait assez bien les plaintes dans les termes suivants:

"Les États-Unis et l'Angleterre envahissent chaque saison Paris. Anglais et Américains se rendent dans nos grandes maisons de couture, y font des achats, principalement en costumes dits modèles inédits qu'ils emportent dans leur pays; puis, les faisant reproduire, les uns les montrent à leur clientèle comme étant les dernières créations parisiennes, tandis que les autres, moins honnêtes, les présentent comme étant leurs œuvres propres. Mais là ne s'arrête pas la contrefaçon. Le plus lamentable pour les éditeurs de modes, c'est de rencontrer dans les plus minuscules réunions mondaines les agents des journaux viennois, anglais ou américains chargés de copier sur place les toilettes qui ont occasionné tant de recherches à nos éditeurs et à nos couturiers. Ces croquis sont adressés aux journaux de Londres, de Vienne, ou de New-York qui les publient en se les attribuant. Ces soi-disant créateurs ont établi cette façon d'innover. Cela ne leur fati-

guera que très faiblement le cerveau. Chaque saison, ce pillage s'établit dans de plus grandes proportions, et, par malheur, grâce à notre vulerie, ces mercanti fort fortuné à nos dépens.

"Notre prestige de créateurs de modes nouvelles nous a été reconnu depuis le moyen-âge et nous avions jusqu'à ce jour conservé intacte cette suprématie."

Mais à quel bon se lamenter, a-t-on fini par dire, c'est agir qu'il nous faut; et l'on agit en ce moment, nous apprend le câble.

On annonce, en effet, que les grands couturiers et les grandes maisons qui créent la mode se sont entendues entre elles et ont pris des mesures pour éviter que leurs modèles puissent être copiés d'une façon utile par leurs concurrents étrangers. En un mot, leurs modèles ne seront connus des acheteurs étrangers qu'à une date à laquelle les manufacturiers allemands ou autrichiens n'auront plus le temps nécessaire pour faire des imitations et les vendre à des prix au-dessous de ceux des véritables créateurs de la mode.

## LA QUESTION DES VACANCES

### Ce qu'en pense un chef de maison

Il y a quelques jours, nous dit une personne qui ne veut pas être nommée, je me trouvais dans une des principales maisons du commerce de gros en marchandises sèches et j'y fus le témoin involontaire d'une conversation entre l'un des chefs de la maison et un de ses voyageurs.

— "Quand comptez-vous prendre vos vacances?" demanda le chef.

— "Je ne vois pas la possibilité d'en prendre, répond le voyageur, un grand nombre de clients attend ma visite pour la prise des commandes d'automne."

— "Vous pouvez leur écrire, répond le chef, et remettre votre visite à un peu plus tard. Je tiens essentiellement et absolument à ce que vous preniez un congé."

J'étais occupé avec un des employés pendant cette conversation et quand le chef eût dit son dernier mot, je fis cette remarque à l'employé que "bien rarement on voit un patron fortement insister pour que ses employés prennent quelque congé."

Le chef de la maison eût connaissance de ma réflexion et me dit: "Je considère que les vacances sont une chose absolument nécessaire pour un voyageur comme pour tout employé. Je les compare, si vous voulez me passer la comparaison, à un cheval de courses, tous ont besoin d'un repos pour qu'ils puissent faire de bonne besogne."

Nous livrons ces réflexions aux méditations de tous les patrons. Ce sont celles d'un des hommes d'affaires qui font le plus d'honneur au commerce canadien, du chef d'une des plus importantes maisons de Montréal qui est arrivé à la hau-