

## TISSUS ET NOUVEAUTES

sont ceux qui ont été auparavant des amis enthousiastes et qui ont renoncé à cet établissement pour des raisons réelles ou imaginaires. Si une cliente ne vient plus chez vous, ne la laissez pas partir offensée, car elle peut faire plus de mal à votre établissement que toutes vos dénégations et vos explications peuvent jamais lui faire de bien.

Quand une matière à discussion se présente, vous pouvez obtenir un avantage en cédant. Cela fait, la cliente contente et satisfaite restera avec vous et sera pour vous une acheteuse plus libérale et une amie plus ferme de votre magasin.

Le meilleur moyen d'obtenir une nouvelle clientèle constitue également le meilleur moyen de conserver l'ancienne. Un marchand n'obtient pas de nouvelles clientes, à moins qu'il n'ait prouvé la supériorité de son stock et de ses prix, et pour cela, il faut que ses marchandises attirent l'attention des anciennes clientes.

Il se peut que le marchand détaillant attire la clientèle sans grand effort; mais ces clientes ne seront pas très importantes et feront partie de cette clientèle passagère qui cherche toujours un nouveau magasin pour faire ses achats. Si le marchand trouve que sa clientèle vaut la peine qu'il fasse des efforts pour la conserver, il doit faire ce qui compte le plus pour avantagez son commerce aux yeux du public avisé et observateur.

## LE MANTEAU

Il n'est peut-être pas de partie des vêtements dans le choix de laquelle on fasse si peu de cas des considérations hygiéniques que le manteau, dit le journal "The Lancet", de Londres. L'erreur la plus grande dans le choix d'un vêtement est de croire que les mots pesanteur et chaleur sont synonymes. En réalité, ces termes sont presque toujours diamétralement opposés. Les étoffes pesantes sont souvent bonnes conductrices de la chaleur et sont destinées à laisser la chaleur du corps s'échapper, tandis que les

étoffes légères sont mauvaises conductrices et conservent ainsi la chaleur et l'énergie du corps. De plus, le pardessus lourd est une taxe imposée aux ressources de l'organisme et détruit l'économie qu'une bonne étoffe isolante doit assurer. En outre, une étoffe pesante favorise un état malpropre et contraire à la santé, en ce qu'elle emprisonne les exhalaisons de la peau.

L'étoffe la meilleure est donc celle qui a le poids minimum et qui donne la chaleur maximum tout en étant assez poreuse pour permettre la ventilation.

One ne se rend pas compte généralement qu'en empêchant la chaleur du corps de se dissiper, c'est-à-dire en le préservant du froid, les vêtements servent en réalité à économiser le combustible, c'est-à-dire les aliments. Si nous pouvions nous accoutumer à ne pas nous vêtir du tout quand il fait froid, nous devrions absorber beaucoup plus d'aliments afin de compenser la déperdition rapide de chaleur qui se produirait, le corps n'tenant pas enveloppé dans des tissus non conducteurs.

Cela ne doit pas être perdu de vue par les partisans de la suppression du manteau. Il est possible naturellement de se dispenser d'un manteau, pourvu que les vêtements soient particulièrement chauds. Toutefois, le manteau offre l'avantage marqué qu'on peut le mettre pardessus un costume relativement léger; tout en empêchant ainsi la chaleur de s'échapper, il ménage entre lui et les vêtements un espace d'air permettant à la ventilation de se faire.

Il semble qu'il ne soit guère douté qu'un manteau bien choisi entourant un costume chaud mais léger, est, pour les raisons données plus haut, beaucoup plus confortable qu'un costume ordinaire fait de drap pesant.

Il y a un autre point important au sujet des qualités d'un manteau: c'est la couleur de l'étoffe.

Une teinte foncée—noir, gris foncé, brun foncé ou bleu foncé—est en contradiction totale avec les indications de la science. L'ours des régions polaires

n'est pas pourvu d'une fourrure noire; si sa fourrure était noire, il ne pourrait pas défler le froid impunément. Une étoffe de couleur claire n'abandonne pas la chaleur aussi facilement qu'une étoffe de couleur foncée, et cela semble indiquer que nos notions quant à la couleur des vêtements pour l'hiver sont illogiques. La mode et les coutumes nous lient et sont rarement d'accord avec des idées raisonnables. Si l'on voulait suivre les données de la science et se conformer au bon sens, on achèterait pour l'hiver des vêtements d'une nuance claire plutôt que d'une nuance foncée. Et pourquoi chacun s'habille-t-il d'une étoffe d'enterrement dès que l'hiver arrive, alors qu'il est nécessaire de faire tous les efforts pour lutter contre la tristesse de ses journées sombres?

## LA PUBLICITE QUI CONVIENT

Les raisons alléguées dans certaines localités pour les annonces mal faites sont aussi singulières qu'intéressantes. Un marchand donne comme excuse que le public de sa communauté n'est pas très intelligent et ne comprendrait pas une bonne annonce; il faut donc que le langage employé soit à sa portée. Nous croyons que les termes employés dans une annonce devraient consister en mots simples facilement compris par toutes les classes de la population; mais ce n'est pas ce qu'on entend par "langage à la portée de l'intelligence des lecteurs"; il faut en juger par les termes employés dans l'annonce en question, dit un confrère, car beaucoup des mots qui y sont employés ne peuvent pas être prononcés par les personnes d'une haute intelligence, et, quand on les prononce, ils n'ont aucune signification. Il est très difficile à un rédacteur d'annonces de faire croire à des gens intelligents que c'est le peu d'intelligence du public de sa localité qui est cause du langage précis et emphatique employé dans ses articles de publicité.

Quel profit peut rapporter à quelqu'un la réputation de faire des annonces

J. M. ORKIN & CIE  
IMPORTATEURS DE MODES  
EN GROS

Nous sollicitons de nos clients la faveur de leurs Commandes d'importation pour les Marchandises de la Saison Nouvelle.

Nos voyageurs sont sur leurs routes respectives avec un set d'échantillons complet de Marchandises pour le printemps 1908.