

des commissions substantielles pour les juristes, les promoteurs, les experts, et le reste des accoucheuses commerciales sans lesquelles aucune Compagnie ne peut prendre naissance.

La raillerie de Napoléon, que les Anglais étaient une nation de boutiquiers, a perdu sa force. Les Anglais sont les plus mauvais boutiquiers du monde, plus mauvais même que les Espagnols. Le dressage artistique des vitrines d'une boutique, l'étalage de la bijouterie, de la dentelle ou de la porcelaine, groupés dans un harmonieux effet de couleur et mis en évidence sur un fonds de velours ou de soie qui prêtent au marchand de détail dans les rues de toute grande cité américaine une délicieuse étude à toute personne d'un goût raffiné, sont pratiquement inconnus en Angleterre. Les vitrines les plus à la mode de Londres sont tassées ("jammed") — le mot est judicieusement employé — d'articles coûteux de premier ordre, mais ils sont resserrés dans un petit espace, sans égard à l'effet artistique, comme si le seul but était de laisser connaître au passant l'abondance du stock qu'il pourrait trouver à l'intérieur. En effet, c'en est le seul motif. L'Anglais fait son choix en dehors des vitrines ; l'Américain fait le sien après que le commis du magasin a étendu devant lui les marchandises et qu'il les a mises à la main et soigneusement examinées.

Mais là, encore une fois, la méthode qui facilite le choix aux Etats-Unis est inconnue en Angleterre. Si, par exemple, vous voulez acheter des chaussettes en Amérique, le commis place devant vous une douzaine de boîtes ; vous pouvez faire votre choix avec l'attention qui convient à telle occasion importante ; vous pouvez examiner les points, les rayures, les tons bleus ou verts, jusqu'à ce que vous ayez trouvé la

couleur précise et le dessin exact que vous désirez. A Londres, le commis de magasin montrera des paquets, paquets recouverts de papier et ficelés, qu'il ouvrira avec une hésitation sensible, d'un seul côté seulement, de façon que les moyens d'examen et de choix sont restreints et incommodes. En Amérique l'acheteur de gants de peau attend l'essai à sa main, de même que pour les souliers à ses pieds. A Londres, l'essai des gants est inconnu dans la pratique et son utilité incomprise. "Supposons qu'un gant ne soit pas à la taille désirée" dit le boutiquier, "quelle différence peut-il y avoir ? Les Américains sont trop scrupuleux."

Les petites choses qui, si distinctement, montrent la différence entre le commerce anglais et le commerce américain, tant dans les transactions de détail que dans celles du commerce international, ne sont nulle part plus accentuées que dans les boutiques de Londres. Le boutiquier américain, exigeant autant que l'expression le peut dire, est plus libéral et moins terre à terre dans ses rapports avec ses clients que le boutiquier anglais. Dans tout magasin américain, l'achat d'une paire de souliers sous-entend l'octroi d'une paire de lacets en plus ; l'article est toujours marqué pour sa valeur, sans augmentation. En Angleterre, les extra sont compris dans le prix.

On pourra discuter, que ces faits sont sans importance, dire que ce sont des coutumes simplement locales et n'ayant aucun poids sur les résultats plus étendus. C'est une vue erronée. Ce sont réellement des témoins topiques. Ils expliquent les raisons de la perte du commerce britannique et l'expansion du commerce américain ; raisons qui, dans leur forme concrète, peuvent se résumer en quelques mots : Il n'y a pas de traditions commerciales en Amérique ; en Angleterre, les tr.