

## COSTUMES ET JUPES.

L'ouverture de la saison a eu lieu chez les couturiers et leurs salons ont reçu nombre de visiteurs. Les fabriques sont très surmenées et il leur est difficile de répondre immédiatement aux demandes; seuls les modèles courants, rapides à établir, sont livrés rapidement.

La vogue est aux serges et aux chevottes, ainsi qu'aux étoffes qui ne comportent pas d'envers et sont en conséquence susceptibles d'être retournées. Les fantaisies seront en faveur cette année. Les robes habillées sont faites de zibeline, de broadcloth, de velours unis et de fantaisie; les modèles tout à fait riches sont composés de mousseline de soie, de broadcloth et de velours. Les tissus légers, tels que crêpe de Chine et satin, ont beaucoup d'amateurs.

**Les jupes voilées sont encore en faveur.** — Ce genre ne s'éteindra pas cette année encore; les ornements en franges et en boutons de fantaisie complètent les modèles riches, ceux d'un prix moins élevé sont garnis de simples galons. Les crêvés se remarquent encore sur certains corsages.

Cette année, la saison d'automne s'ouvre plus tôt que les années précédentes et le costume tailleur bénéficie de cette ouverture prématurée.

**Style des jaquettes.** — Les jaquettes mesurant de 28 à 30 pouces semblent devoir s'imposer, elles sont d'un effet légerement flottant à la taille.

**Jupes séparées.** — Elles se porteront cette année et les assortiments en seront faciles, elles devront être retenues à la taille par une ceinture à large boucle.

## AGENCE DE TAPIS A QUEBEC.

Afin de prendre encore plus de soin de leurs nombreux amis de la province de Québec, MM. Otto E. Veit & Co. ont donné l'agence des célèbres Carres Axminster, de la maison Herman Katz, de Celsnitz i/V, à M. Chas. Morin, 308 rue St-François, Québec. Ce monsieur à une ligne complète d'échantillons et sera enchanté de montrer à toute personne intéressée des échantillons, des cartes en couleurs, etc. La maison Veit & Co. tient un stock bien assorti à Toronto.

## UN HONNEUR POUR LE CANADA.

La maison Nisbet & Auld, de Toronto, doit être félicitée de l'exhibition excellente qu'elle a faite à l'Exposition Nationale Canadienne, qui a eu lieu récemment à Toronto. Cette exhibition, qui a été grandement admirée par les milliers de visiteurs qui ont pénétré dans l'édifice Manufacturers Building par l'entrée principale, consistait en un vaste assortiment de Tweeds, Homespuns de Fantaisie, Draps Reversibles pour Manteaux et quelques homespuns pouvant être portés indifféremment par des hommes ou par des femmes. Tous ces tissus de fabrication canadienne étaient contenus dans une grande montre en chêne. L'assortiment était disposé de telle façon que les diverses couleurs ressortaient très avantageusement et pouvaient être vues de tous les côtés en produisant un effet égal.

MM. Nisbet & Auld croient fermement en l'aptitude du manufacturier canadien à produire une classe supérieure de tissus du dernier genre, convenant au marché canadien, et à l'occasion de cette exposition, plus que dans toutes leurs exhibitions précédentes, ils ont clairement démontré la vérité de leurs prétentions.

L'exhibition tout entière, qui aurait pu être vendue de nombreux fois, a été achetée par MM. K. T. Holman & Co., Summerside, Ile du Prince-Edouard.

## PARADE ET ETALAGE

Point ne suffit, à la foire, d'amuser les badauds; il faut les faire entrer.

Après une parade imposante et des pitreries amusantes, mobilisant tout son personnel, le grand cirque voit le public jusque-là pressé autour de ses hautains escaliers, se disperser et s'évanouir pour aller vers d'autres forains dont les baraques sont moins belles et où un seul individu clame les mérites des puces savantes ou d'un veau à six pattes.

Pour banale que soit cette constatation, nous devons reconnaître qu'elle s'applique, à merveille, aux questions de l'étalage.

Là, aussi, ce n'est pas l'étalage savant et somptueux qui retient le client. Bien souvent, il ne fait que l'attirer, l'arrêter un instant pour le laisser partir vers d'autres magasins plus sobres moins bien montés.

Pourquoi?

Parce que, ce qui est agréable à l'oeil de l'individu, n'est pas toujours dans son intérêt.

Parce que souvent le bel étalage, par trop imposant, effraie l'acheteur.

Défiérez-vous, en général, lorsque le public passera devant votre magasin en disant: "Quel bel étalage!..." A moins que ce cri n'émane d'un spécialiste, il est l'indice que vous avez fait fausse route.

Le public doit être capté par l'harmonie de l'étalage, par sa mise en oeuvre artistique.

Ces points, en réalité, ne doivent être que les accessoires qui conduisent le passant:

- 1° A constater qu'il a besoin des articles que vous vendez;
- 2° A se rendre compte que ceux que vous vendez sont parfaits;
- 3° A décider de l'achat chez vous, séance tenante, si possible.

La conclusion rapide, immédiate de l'achat, tel est le but de l'étalage. Evitez qu'il ne fasse pas long feu.

Notez donc que votre étalage doit inspirer aux gens le besoin de vos articles, en en montrant la supériorité. Pour cela, dans tout l'art que vous déployez, veillez à ce que les côtés pratiques de vos articles soient en vue.

Si même ils ne vous paraissent pas suffisamment évidents, deux mots mis sur une pancarte "ad hoc" feront plus que tout l'art déployé.

Le client qui passe devant vos vitrines a oublié vos annonces. C'est donc au moment où il est devant vous que vous devez mettre sous ses yeux, de façon palpable, les qualités de ce que vous vendez. Alors, il n'ira pas chez le voisin. S'il y va, il constatera, puisque vous l'aurez documenté intelligemment, que c'est encore chez vous qu'il doit acheter.

Prix et qualités doivent se seconder, mais avec discrétion, dans les étalages.

Pour ne pas effrayer, le prix est nécessaire, car il induit de suite l'effort financier à produire.

Soyez donc artistes étalagistes d'abord, mais n'oubliez pas qu'à cette partie de l'étalage attractive, mais inopérante au point de vue de l'achat, il faut ajouter des éléments plus substantiels: des chiffres et quelques mots.

Faute de quoi, vous verrez le public s'extasier devant votre porte et aller ensuite vers les puces savantes, où il sera peut-être moins bien servi.