

sous une forme concrète lorsque l'un des grands partis politiques s'est efforcé de faire voter l'année dernière une diminution des tarifs où le cuir et la chaussure étaient admis en franchise — l'on sait que le président Taft mit son veto sur le projet voté — on voulait alors en avoir pour son argent et une campagne ardente en faveur des "pure shoes" (chaussures toute en cuir) fut menée dans le pays.

Les fabricants de chaussures, est-il besoin de le dire, sont d'aussi honnêtes producteurs que les autres industriels, on ne peut guère les blâmer d'employer, pour certaines parties de leurs articles, des succédanés du cuir afin de diminuer les prix de revient.

Le public et la grande presse semblent persuadés que les fabricants de chaussures emploient largement le papier dans la fabrication des chaussures. En réalité, ces succédanés sont des produits ayant subi de sévères épreuves et donné de bons résultats.

Devant une loi prescrivant les "pure shoes" rien ne pourra empêcher l'emploi de cuir inférieur, car la loi votée l'année dernière dans la Louisiane disait simplement que lorsque l'on employait des succédanés du cuir pour une partie quelconque de la chaussure, il fallait que le fait fut consigné sur des labels attachés aux chaussures, de manière que l'acheteur fut informé de la composition exacte de l'article qu'il achetait.

Les fabricants et détaillants sont unanimes à condamner le projet de loi qui va, disent-ils, non seulement à l'encontre des intérêts des fabricants et détaillants, mais qui est aussi contraire à ceux d'une grande partie du public, la plus intéressante, en ce qu'il augmentera le prix des articles bon marché, tout en n'en améliorant pas la qualité, au contraire.

UNE COMMISSION AGRICOLE AMERICAINE EN EUROPE.

Une Commission agricole américaine partira l'été prochain pour visiter l'Europe et l'Irlande. Le but que se propose cette Commission est notamment l'étude des organisations agricoles en Europe. Elle examinera les méthodes employées par les régions avancées en ce qui concerne la production de la vente, ainsi que la manière de se procurer les ressources nécessaires pour ces deux opérations.

La Commission se propose, en outre, d'étudier le rôle joué soit par les Pouvoirs publics, soit par les organisations privées dans les encouragements à l'agriculture.

Elle recherchera dans quelles conditions le système coopératif peut être appliqué en ce qui touche soit la production, soit le commerce, soit la possession des moyens financiers. Son attention se portera également sur les résultats sociaux de la coopération et sur les rapports existant entre le prix de la vie et les organisations de producteurs agricoles.

Cette tentative, assurent des informations transmises de Washington, est accueillie aux Etats-Unis par une approbation générale. M. Roosevelt, M. Taft et le nouveau président, M. Wilson, en sont partisans, car tout le monde sent qu'il y a une nécessité urgente d'une réforme dans l'organisation de la vie agricole en Amérique. Dans ce pays comme en Europe, on commence à souffrir de l'"urbanisme". Les campagnes se dépeuplent au bénéfice des villes. C'est ainsi qu'au cours de la dernière décade, la population urbaine s'est accrue de 34.8 pour cent, tandis que la population rurale n'a augmenté que de 11.2 pour cent. La conséquence naturelle est une grande diminution dans l'approvisionnement des produits alimentaires pour l'intérieur et une diminution correspondante dans l'exportation de ces produits. En 1900, l'exportation américaine de blé représentait 40 pour cent du total de l'exportation et celle des produits alimentaires 10.8 pour cent du total, tandis qu'en 1910, la première n'était plus que de 21.5

pour cent et la seconde de 7.6 pour cent du total. On prévoit déjà le moment où les Etats-Unis devront importer des produits alimentaires. Tout le monde se rend donc bien compte qu'il faut remédier à cette situation, d'abord en arrêtant le mouvement excessif de l'"urbanisme" et ensuite en augmentant la productivité agricole, qui reste stationnaire depuis quinze ans à 14 minots par acre contre 29 en Allemagne, 20.3 en France et 33 en Angleterre.

UNE CRISE ECONOMIQUE EN AUTRICHE.

L'industrie et le commerce traversent, en ce moment, en Autriche, une crise dont la gravité dépasse toutes celles qui ont pu se produire antérieurement. La guerre balkanique et la tension de la situation internationale ont eu pour conséquence une stagnation générale dans toutes les branches industrielles. Les banques réduisent de plus en plus le crédit, le taux de l'intérêt augmente considérablement, les faillites sont de plus en plus nombreuses. Les commerçants de détail ont terriblement souffert. Les magasins de Vienne se plaignent et déclarent que la saison d'hiver n'a jamais été aussi mauvaise que l'hiver dernier. On a essayé de sauver la situation en organisant des soldes à prix très réduits, mais les acheteurs sont très rares.

L'exportation autrichienne dans les Balkans est en moyenne de 95 millions de kronen par an; 75 pour cent sont représentés par les produits textiles. C'est donc cette industrie qui a le plus souffert de la guerre; beaucoup de fabriques ont complètement fermé leurs portes et les autres ne travaillent qu'à moitié de leur capacité productrice ordinaire. Il est vrai que certaines branches industrielles, comme par exemple le fer et l'acier, ont, au contraire, bénéficié de la guerre, parce qu'elles ont reçu d'importantes commandes de matériel de chemins de fer et d'autre matériel de guerre. C'est surtout le commerce de Vienne qui a horriblement souffert de cette situation. Les magasins de première classe, qui n'ont jamais fait de soldes d'inventaire depuis leur existence, en organisent maintenant en annonçant des réductions de 20 à 50 pour cent, afin de se débarrasser de leurs stocks d'hiver. Le nombre de faillites de ces magasins enregistrées depuis le commencement de l'année est considérable et établit un véritable record.

Lorsque l'horizon politique a paru s'éclaircir, l'espoir a commencé à renaître et on a espéré une amélioration prochaine; mais il faudra attendre longtemps avant que les énormes pertes subies par l'industrie soient récupérées.

LE VENDEUR DOIT SE SERVIR D'ARGUMENTS APPROPRIES

Il est incontestable que la raison principale pour laquelle toute personne achète un article quelconque, est qu'elle est convaincue que son intérêt personnel l'exige.

Personne n'achète de la marchandise dans un but de philanthropie, il faut que l'acheteur soit convaincu qu'il en retirera un bénéfice.

C'est donc le devoir du vendeur de convaincre l'acheteur probable que les marchandises qu'il essaie de lui vendre seront avantageuses pour lui.

Généralement, l'acheteur n'a pas une opinion formée au sujet de l'article ou de la marque qu'il désire acheter, tout en étant plus ou moins convaincu que tel article pourra répondre à son besoin.

Cependant il ne peut pas se montrer aussi enthousiaste que le vendeur, ou il peut avoir dans l'esprit certain préjudice qui ne soit pas à l'avantage de cette marchandise en particulier.

Il appartient au bon vendeur de découvrir promptement les