

# TISSUS ET NOUVEAUTÉS

TISSUES & DRY GOODS



---

AOÛT, 1911

---

## Réassortiment.



Vous apprécierez, cet automne, les avantages de nos stocks complets dans tous les départements de notre immense magasin. Les conditions favorables des affaires vous commandent de maintenir des stocks bien assortis.

Voyez nos voyageurs ou envoyez-nous une liste de ce dont vous avez besoin. Venez visiter nos magasins, 17 carré Victoria, Montréal, pendant l'Ouverture des Modes d'Automne.



## Greenshields Limited

MONTREAL

Specialite  
Dépts. D&F

Specialité  
Dépts. D&F

## COMMENCEZ

VOTRE

# Commerce d'Automne

Avec un assortiment de Marchandises  
**NOUVELLES et ATTRAYANTES**

Passez en revue chaque rayon  
et voyez ce qui y manque.

Voici quelques articles qui auront  
une grande vogue, la Saison Prochaine

## SWEATERS — GOLFERS — COAT SWEATERS

Nous tenons ces lignes dans lesquelles nous  
offrons un grand choix de Nuances et de Tricots.

MERCERIES pour MESSIEURS



CORPS et CALEÇONS

CHAUDS ET CONFORTABLES

Quelques Lignes Spéciales—Demandez à Les Voir.

|     |     |                                          |   |        |
|-----|-----|------------------------------------------|---|--------|
| No. | 226 | Tricot Ecossais à détailler . . . . .    | à | \$0.75 |
| "   | 112 | Tricot Ecossais à détailler . . . . .    | à | 1.00   |
| "   | 114 | Tricot à côtes à détailler . . . . .     | à | 1.00   |
| "   | 122 | Tricot à côtes à détailler . . . . .     | à | 1.00   |
| "   | 247 | Tricot Wool Fleece à détailler . . . . . | à | 1.00   |

Ces Divers Numéros Sont des Favoris

BAS pour DAMES,



MESSIEURS et ENFANTS,

La plus grande collection de **GRANDES VALEURS** que nous ayons jamais offerte :

|      |          |                                                  |   |     |
|------|----------|--------------------------------------------------|---|-----|
| No.  | 23       | Bas "Worsted" pour Dames, à détailler . . . . .  | à | 25c |
| "    | 24       | Bas tout laine pour Dames, à détailler . . . . . | à | 25c |
| "    | 36       | Bas laine, pied doublé à détailler . . . . .     | à | 35c |
| "    | 424      | Bas laine, valeur extraordinaire . . . . .       | à | 50c |
| Nos. | 44 et 48 | Bas pour Messieurs à détailler . . . . .         | à | 25c |
| "    | 61 et 63 | Bas pour Messieurs à détailler . . . . .         | à | 50c |

Assortiment Complet de Sous-Vêtements en Flanelle pour DAMES dans notre Département F.

Nous invitons **MESSIEURS** les **ACHETEURS** à nous rendre visite. Nous aurons toujours quelques bonnes lignes à leur soumettre. Que vous veniez, écriviez ou téléphonez, vos commandes seront toujours l'objet d'une attention très soignée.

OTTAWA

111 rue SPARKS

# A. RACINE & CIE.

MONTREAL

QUEBEC

234 rue ST-JOSEPH

# Un Triomphe Canadien



De bonne heure en septembre, notre Représentant vous montrera le résultat de nombreuses semaines employées à faire avec soin des achats, à imaginer et à dessiner des modèles - la ligne de printemps de CHEMISES TOOKE.

• "TOKENO," notre pur Zéphyr Anglais, que nous avons produit et annoncé, l'année dernière pour la première fois, a de splendides qualités de durée. Cette année, nous avons un assortiment plus considérable et même plus beau de modèles nets, attrayants dans ce tissu des plus satisfaisants.

• Nous désirons insister sur le fait qu'à cause de nos achats très considérables et des relations directes et suivies que nous avons établies avec les meilleures manufactures anglaises et écossaises, nous nous assurons le contrôle exclusif au Canada des meilleures marchandises et des modèles les plus attrayants. Vous en obtenez le bénéfice quand vous vendez les CHEMISES TOOKE.

**TOOKE BROS. Limited**  
MONTRÉAL.

Manufacturiers de Chemises, Faux-Cols et  
Cravates, et Importateurs de Merceries  
pour Hommes.

*Pullan Garment*

Des Styles Individuels—Un Ajustage Parfait

ET  
Des Prix Modérés

FONT  
Vendre les Vêtements "PULLAN"



**MANTEAU D'AUTOMNE ATTRAYANT**

EN

Draps tout laine, à dos carreaux  
et Reversibles.

\$13.50

Ordres par lettres exécutés avec soin  
par notre Bureau de Montréal.

Demandez un Echantillon



1026

COSTUME D'AUTOMNE ELEGANT  
En Beaux Vanitieux et Serges ... \$12.50

BUREAU À MONTRÉAL, EDIFICE LINDSAY

Le Catalogue d'Automne contenant un grand assortiment de Costumes, Manteaux et Jupes est prêt maintenant. Il vous sera profitable de vous en procurer un exemplaire.

Edifice

PULLAN

**M. PULLAN & SONS**

ETABLIS EN 1902

Maison exclusive pour Manteaux, Costumes et Jupes.

**TORONTO, Ontario.**



815

**Elégant Manteau Militaire**

EN

Beaux Kerseys ou Beavers.

\$8.25 — \$7.50

Les Marchands de la Province de Québec profitent de notre Service d'Ordres par Lettres.

Coin des rues  
Bay et  
Wellington,  
TORONTO.

# Tissus et Nouveautés

TISSUES & DRY GOODS

Revue Mensuelle

Publiée par La Compagnie de Publications des Marchands Détaillants du Canada, Limitée, 80 rue St Denis, Montréal. Téléphones Est 1185 1186, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-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 arriérés et l'année en cours ne sont pas payés.

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

Représentant spécial pour la province d'Ontario : J. S. Robertson Co., 152 rue Bny, Toronto.

VOL. XIII

MONTREAL, AOUT

NO 8

## LES CHAPEAUX D'AUTOMNE.

Des contrastes marqués dans les garnitures et les couleurs, une variété énorme de matériaux et de formes, des contours d'une hardiesse étonnante, voilà les principales caractéristiques des chapeaux d'automne. Parmi les nombreuses formes qui ont été populaires pendant l'été, les genres les plus aimés ont été conservés pour les exhibitions d'automne; ces modèles ont subi des modifications et de légers changements pour les mettre d'accord avec les dernières idées concernant la mode. La forme sombre à calotte pointue, si en vogue pour les chapeaux Panama de l'été dernier, est reproduite en feutre, velours et soie. La calotte est même plus haute, et la passe un peu plus petite est enroulée à un angle plus prononcé, de manière à faire voir la doublure du dessous. Dans presque tous les cas, cette doublure fait contraste avec le chapeau, tant pour la couleur que pour le matériel.

Les formes casque figurent aussi parmi les formes d'automne. On les préfère, la partie large placée en travers de la tête, avec un pli accentué s'étendant d'un côté à l'autre.

Souvent le casque sert de calotte; on y ajoute alors une passe très étroite formant un petit revers rigide, ou une passe large, relevée pour suivre tout le contour de la calotte. Souvent ce revers est si large qu'il dépasse la calotte, en se projetant audacieusement de côté à la façon de la passe du chapeau Napoléon.

D'après toutes les apparences, le chapeau à passe étroite avec calotte haute, sera à la tête des chapeaux du type le plus simple. Les formes Henri III, Henri IV et Charles V sont en faveur auprès des modistes parisiennes en ce moment. Les formes tyroliennes et Pierrot et tous les chapeaux petits, moyens et grands, qui admettent la calotte en pain de sucre, sont aussi en grande vogue.

Les passes d'une largeur égale partout et absolument plates accompagnent souvent les calottes au dessus plat, tandis que les calottes pointues en pain de sucre accompagnent la passe espagnole, la passe Henri III, enroulée d'un côté et abaissée de l'autre et même les passes à pointes et Niniche. On voit aussi des calottes rondes, mais on préfère la forme dôme allongée à la forme bombée si populaire, il y a peu de temps.

Le turban oriental offre de nombreuses variétés. En taffetas rayé de deux tons, les bords finis par une frange fine, et les bords croisés et noués en avant, cette forme est particulièrement gracieuse. Le centre est quelquefois rempli d'un plateau de velours drapé, ou d'une sorte de bonnet moyen-âge s'étendant de chaque côté en bords longs et pointus. Cette combinaison de deux styles entièrement dif-

férents forme un très bel effet et est en concordance avec la nouvelle tendance de la mode, pour les contrastes et les effets insolites.

Les autres genres en vogue, copiés de l'Orient, sont: le "tarboosh" égyptien, le turban persan à draperie souple, le turban hindou "bandanna" et la calotte mandarin en forme de melon.

Les bérêts juvéniles seront très en vogue, l'automne et l'hiver prochains. Le style le plus attrayant est la calotte de peintre au contour rond ou carré, finie par une bande de côté droite. On complète souvent cette garniture par une section enroulée, généralement en matériaux faisant contraste.

Les bérêts, en six ou huit sections séparées, reliées au centre par un bouton ou un cabochon de fantaisie — genre affecté par Richard Wagner — se font en velours pourpre très foncé, bordé quelquefois d'une bande étroite de feutre et sont d'une simplicité charmante. Pour les rendre plus seyants, on souligne souvent le bord de la bande de côté par une frange en dentelle ou en tulle.

Le velours, le velveteen, le velours non coupé, le feutre, le broadcloth, le castor et la soie de toute espèce fournissent des matériaux convenant à la confection de ces nouveaux bérêts.

Les bonnets de toute espèce sont à la mode, surtout ceux des genres étranges qui complétaient le costume des dames du premier et du second empire en France. Les bonnets de ces deux styles ont une passe à pointes plus ou moins large, plus ou moins près de la tête; mais tandis que les formes 1810 sont plus artistiques, celles portées vers 1860 et affectionnées par l'impératrice Eugénie, sont plus confortables et plus pratiques, ayant des dimensions plus modérées. De longues brides flottantes sont employées dans les deux cas.

Les grandes formes sont très artistiques. Leur calotte n'indique pas toujours la nouvelle tendance à la hauteur, bien qu'on ait essayé de combiner la haute calotte-clocher à des passes les plus larges possible. La calotte haute, modérément large, ressemblant à un bol renversé, semble être le plus en harmonie avec la passe Lavallière gracieusement retombante et la nouvelle passe Opie. Combinée avec la passe Rembrandt ou Louis XVI, la calotte pointue ou à dessus plat, d'une hauteur de 7 à 9 pouces, est très élégante, surtout si le revers de la passe, à son point le plus large, est aussi haut que la calotte.

Tout fait présager une grande vogue pour le velours. Une des principales raisons est que le velours s'adapte à toutes les formes qui seront populaires, cet automne et cet hiver.

Le velours non coupé et la peluche de deux tons sont employés pour les robes et les chapeaux de rue, et on les

combine souvent avec du velours uni, de la soie, du feutre ou du castor. Le noir est d'habitude la couleur basique de ces tissus, ainsi que du gros-grain et du surah imitant le velours épingle. Les tons rouge, bleu, vert, brun ou pourpre dont le noir est coupé, ne se voient que de près. Le ruban de velours épingle, rude et fin est un des favoris de la saison.

Les soies changeantes, telles que taffetas glacé et changeant, satin et surah ont tellement de vogue que les manufactures ont de la peine à livrer les marchandises. Des chapeaux sont entièrement faits de ces soieries, dont il faut des quantités pour les nouvelles formes riches. Les mélanges mauve et vert-pomme, violet or et rose, gris bleu et violette foncée, ont un regain de faveur et se voient beaucoup dans les



MODELE DE ROLLAND.

Chapeau Henri III en velours prune et bengaline du même ton. La garniture est faite d'immenses plumes de deux tons qui se rejoignent par-dessus la calotte. Le chapeau garni à une hauteur de 14 pouces; la passe, dans sa plus grande largeur, mesure 4 pouces.

nouvelles soies changeantes. Également en vogue sont le rouge arseille, le rouge pavot, dont la surface a une teinte diagonale de blanc argent ou de noir métallique sombre.

Et soie, la serge, avec une rayure droite ou diagonale, forment une des nouveautés préférées dans les marchandises en pièces.

Le moiré est en faveur pour la couverture des revers de passes, ou pour celle des calottes; il fait le meilleur effet en combinaison avec du velours.

L'emploi de broadcloth pour couvrir les revers de passe et le dessus des chapeaux en velours est très accentué, non seulement à Paris, mais en Amérique aussi.

Les feutres mous sont en faveur et sont employés en combinaison avec presque tous les autres matériaux de saison.

Les noëuds sur les chapeaux parisiens semblent augmenter de dimensions.

Les rubans moirés en faille et en bengaline ainsi que les plaids en satin sont employés pour les chapeaux. Le ruban de velours noir est toujours en vogue.

## DENTELLES POUR L'AUTOMNE.

La vraie dentelle de Venise est un des articles qui se vendent le mieux aussi bien dans les variétés pesantes que dans les variétés plates, et il se fait de fortes affaires dans les imitations de toutes sortes. La dentelle la plus pesante, appelée macramé, est bien accueillie; on la fait en bandes de diverses largeurs, en blanc ou en écru.

Parmi les dentelles légères, les effets ombrés sont les meilleurs. Les allovers sont employés non seulement pour les empiècements, mais les nouveaux jabots de côté, mais aussi pour les tuniques courtes qui s'étendent du cou jusqu'aux hanches.

L'emploi de volants étroits en dentelle ombrée sur les costumes de fantaisie pour les dîners ou pour le soir est une note d'un nouveau style très en vogue à l'étranger.

Ces allovers continuent à avoir la plus grande vente dans les dentelles comme dans les nœuds. La dentelle Bruxelles de fine qualité et le simple point d'esprit sont en grande demande pour les empiècements et les cols des costumes de haute catégorie; on les emploie en général avec de la dentelle.

Le net uni semble être employé pour l'empiècement et le col afin de faire ressortir le dessin de la dentelle employée pour la garniture du corsage.

Une autre variété de dentelle légère qui obtient du succès est le net à volants brodé en effets de bande.

Les dentelles métalliques se vendent de manière satisfaisante surtout en bandes et en bordures plus larges. Les allovers sont en bonne demande pour les empiècements, les tuniques et les panneaux; on les combine souvent à de la maline sur la veste du costume. Des bandes de fourrure sur de la dentelle d'or ou d'argent paraissent sur beaucoup de robes d'après-midi et de dîner.



Forme Pierrot à calotte plutôt basse, en feutre français de couleur tan, avec dessous de passe couvert de velours et bande étroite en plumes noires. Un papillon d'or complète la garniture en plumes.

## ARTICLES DE COU.

Les jabots de côté sont en grande vogue dans les centres de la mode en Europe, et le bon goût qu'ils dénotent lorsqu'ils sont gracieux et bien portés, indique qu'une grande demande peut facilement être provoquée pour eux en Amérique. Cette demande existe déjà, et avec de la propagande en leur faveur, ces jabots peuvent avoir la plus grande vente dans le rayon des articles de cou.

Tout favorise leur emploi. Les styles pour l'automne

Les formes qui ont le plus de succès sont celles dont la partie arrière arrondie descend presque jusqu'à la taille. Les cols les plus élégants sont extrêmement étroits en avant, quelques-uns ne descendant pas plus bas que la ligne de l'encolure, tandis que d'autres forment un V en avant jusqu'au buste. Dans d'autres genres employés pour les paletots, le devant est plus grand, et la partie arrière avec pointes est préférée de beaucoup de personnes. On remarque de grands cols, genre fichu, en satin avec frange.

Les dernières nouveautés de Plausen sont en lourde den-



MODELE DE LOUISON.

Bonnet breton en velours bleu Bourbon garni d'un volant de dentelle d'or. Un petit noeud de la même dentelle décore le dessus du chapeau et une bande de skunk est arrangée vers le centre; une queue de skunk pend en arrière.

Dimensions: la draperie plissée en velours mesure 25 pouces d'avant en arrière; la hauteur du bonnet est de 12 pouces partout, sa circonférence à la base est de 33 pouces.

prochain sont adaptés à l'usage des jabots de côté. De nombreux costumes et corsages sont spécialement faits pour être ornés de ces jabots. Un jabot en cascade, en dentelle très fine forme la note la plus élégante que l'on puisse ajouter à un costume, du genre tailleur ou genre habillé.

En outre des jabots détachés, les cols auxquels sont fixés des jabots ont de la vogue. On remarque déjà des cols hauts en dentelle ou en net sur les corsages français les plus nouveaux, cela indique le retour des cols stock.

Les grands cols de toutes les variétés obtiennent le plus grand succès dans les lignes d'automne. On les vend séparément ou avec des manchettes assorties. Ces parures se portent avec des costumes à veste, ainsi qu'avec des costumes d'une pièce en serge, satin, etc. En tissus élégants, les grands cols peuvent se porter avec les costumes les plus habillés.

telles macramé. Tous ces cols descendent très bas en arrière; on les produit en blanc ou en écreu foncé. Quelques-uns des plus beaux cols en macramé sont faits à la main.

Les fichus sont d'un meilleur style que jamais; en effet, le nombre des robes faites par les couturiers français et qui en sont ornées, augmente. Il s'agit naturellement des robes pour la fin de l'été.

Les fichus des meilleures sortes seront portés au début de l'automne sur des costumes de fantaisie et des robes d'une seule pièce. Il y a tout lieu de croire que cette mode continuera à être en vogue en hiver, car les paletots longs et très lâches seront en grande faveur et les fichus drapés vont très bien en dessous de ces paletots. Il est probable que les fichus seront en plus forte demande que jamais, l'été prochain.

# A TRAVERS LES NOUVEAUTES

Ce qui s'est porté — Ce qui se porte — Ce qui se portera.

Nous lisons dans la Confection Française:

## La nouvelle mode.

Depuis un mois, j'ai beau suivre tous les rendez-vous où l'élégance arbore les nouveautés — écrit "L'Art et la Mode" — il m'est impossible de surprendre le fameux changement annoncé dans nos atours. Après le feu de paille des jupes orientales, tout s'est subitement assagi et aux courses comme dans les réunions select du jour et du soir, je ne vois que de très jolies robes, c'est vrai, mais des robes qui pourraient parfaitement être de l'an dernier.

Ne nous avait-on pas dit que les jupes ne seraient plus étroites ni courtes?... Or, jamais, vous m'entendez bien, jamais les femmes ultra-chic n'ont été plus gainées et jamais leurs pieds délicieusement chaussés ne se firent plus remarquer.

Il est certain que, dans les mouvements de draperies, de croisés des jupes, il y a des différences avec les jupes de l'an dernier, mais la ligne générale reste étriquée au point que certaines femmes ne peuvent plus marcher. Les encolures se dégagent de plus en plus dans l'écartement des vestes; aussi a-t-on recours, même par le soleil, aux souplesses enveloppantes des fourrures.

## Etoffes de soie.

Les étoffes de soie, si riches de nuances et de dispositions, sont en même temps si souples et si ténues dans leur apprêt nouveau qu'elles peuvent être employées en toute saison. Le taffetas et la moire de la plus riche apparence feront aussi bien des robes du soir pour l'été que les tulles et les mousselines.

Le taffetas semble devoir l'emporter sur le satin. Avec le taffetas, nous reviennent les coloris tels que gorge-de-pigeon ou le quene-de-paon. Il y a véritablement, en ce moment, un curieux mouvement qui semble vouloir nous ramener aux modes de la fin du second Empire. Si ce retour au passé n'est pas indiqué dans les formes mêmes des robes, tous les ornements s'en ressentent. En dehors des franges et des petits effilés dont la vogue est extrême, on remarque une profusion de ruches et de ruchettes "à la vieille", de froncés, de gansés, de bouillonnés, de plissés, presque toujours en taffetas. Les robes conçues dans cet esprit étaient nombreuses aux dernières réunions sportives dont elles constituaient l'élément intéressant au point de vue d'un changement possible de la mode.

## Les costumes-tailleur.

Les tailleurs en gros surah, en serge de soie, en shantung, en tussor ont, en ce moment, dit "La Mode Illustrée", toutes les faveurs de la mode, et nous ne saurions nous en plaindre, car ils répondent au mieux aux besoins de l'heure présente. Élégants et pratiques tout à la fois, ils constituent le costume idéal pour les promenades au Bois, les visites aux Expositions, les réunions sportives. Ils se font en uni, sur-tout en bleu marine, et beaucoup aussi en tissus pékinés. En ce cas, la jupe est presque toujours ouverte de côté sur un soufflet en pareil, mais avec les rayons disposés dans un sens différent, et la même disposition se retrouve au col, aux revers, et aux parements qui terminent les manches. Une note rouge égale très souvent l'ensemble un peu sévère

des tailleurs bleu sombre, et se mêle volontiers aux pékins noir et blanc ou marine et blanc.

La jupe des trottieurs, très courte, laisse le pied tout à fait découvert; au besoin, pour assurer l'aisance de la marche que son peu d'ampleur pourrait gêner, on la fend de côté, sur une hauteur de 15 ou 20 centimètres (6 ou 8 pouces). Car, notons-le en passant, la mode ne veut plus des jupes et des tuniques resserrées dans le bas.

## Jaquettes.

Les jaquettes, très différentes de ce qu'elles étaient cet hiver, et l'an passé, sont droites, sans aucun mouvement cintré; les unes, extrêmement courtes, sont un peu blanches; les autres, plus longues, ont la taille placée très haut, mais le plus souvent, c'est la garniture seule qui en marque la place.

## Toilettes d'après-midi.

On fait encore des toilettes d'après-midi, d'une élégance très distinguée en serge de soie noire, marine ou marron, avec le corsage en mousseline de soie assortie transparente de taffetas vert, cerise ou kaki. Ces robes se garnissent volontiers d'un grand col en linon brodé, fait avec d'anciens fonds de bonnets, qui s'arrête sur l'épaule, retenant les plis d'un petit fichu drapé en tulle, dont le bord repose de chaque côté, à l'intérieur, sur un ruban de velours noir. Ces deux velours descendent jusqu'à la taille en formant le V, et après s'être rejoints à la pointe, tombent en longs pans sur la jupe. L'ouverture est fermée par un petit plastron de tulle plissé.

## Toilette de soirée.

Un élégant fourreau de satin vert Empire voilé d'une tunique de point de Bruxelles ajustée par la dentellière. Derrière, une traîne étroite en satin vert est retenue aux épaules. Adroitement drapée, elle indique la taille et s'allonge de quarante centimètres environ sur le sol, ce qui avantage la silhouette sans l'épaissir. Cette sorte de traîne est ramenée en avant, où elle se rejoint, à la hauteur des genoux, sous un noeud Louis XV en simili émeraude. Par quelle adroite combinaison est-elle tout à la fois étroite et enveloppante? C'est un secret de nos grands faiseurs difficile à expliquer. Très moderne, en même temps que très gracieuse, cette toilette se rehausse de touffes d'ocillettes multicolores adroitement disposés.

## Costume de tourisme.

En lainage pékiné gris et blanc; la jupe courte est faite avec un tablier, taillé en travers; les lés des côtés sont complétés par des morceaux rapportés piqués sous les lés; on garnit le devant avec des groupes de boutons recouverts de drap cerise.

La veste doublée de soie grise, est faite avec un col marin en drap cerise, on la retient sous une ceinture en drap passée sous les plis rapportés; ces derniers, munis de petites poches et garnis de boutons, sont taillés en droit fil tandis que la veste est coupée en lainage pris en travers. On termine les manches par de hants poignets en drap et on complète le costume par une blouse en soie pongée plissée; noeuds en ruban cerise sur le devant de la veste.

## Costume de voyage.

Ce costume, qui peut se faire en serge gris plomb, est



**MODELE DE Mme TORE.**

Forme en pointe, en velours prune foncé, avec haute calotte drapée et passe serrée à la tête, enroulée en un revers étroit en avant et sur les côtés. Une aile blanche, à effet de haie, en goura naturel, forme la garniture.

Dimensions: hauteur de la calotte, 13 pouces; largeur de la passe en avant, 6 pouces.

composé d'une jupe ronde et d'une jaquette doublée de soie grise et fermée à l'aide de grands boutons en velours noir; le dos et les devants sont taillés avec des basques, sous lesquelles on pique les côtés; l'encolure est bordée d'un col rabattu en velours noir sur lequel on pose les revers en



Manteau en drap à deux faces. Le côté revers en cuir à carreaux noirs forme le collet et les manchetes.

drap gris d'un ton plus foncé que la robe. Les manches sont taillées d'un seul morceau avec le dos et les devants; on les assemble sur le tissu et on les termine par des poignets en drap bordés d'un biais de velours noir.

#### Robe de deuil.

En Crêpe de Chine noir garnie de crêpe brodé: la jupe, retenue à la taille par une cordelière nouée de côté, est encadrée dans le bas par un large galon de crêpe brodé, agrémenté d'un motif de passementerie. Le corsage formant bavette est complété par une blouse en crêpe brodé et ouverte sur un petit empiècement à col droit en crêpe plissé. Manches demi-longues bordées de plissés de crêpe.

#### Robe en toile.

La jupe de cette robe, faite en toile bleu paysan, est tendue dans le bas de chaque côté sur une jupe de dessous en toile blanche, les côtés sont garnis de groupes de boutons; le haut est monté sur une ceinture corselet. On froisse le corsage à la taille et on l'échancere en rond à l'encolure; la garniture se compose d'un grand col marin en toile blanche liséré de bleu et agrémenté d'une broderie de perles blanches; les manchetes sont terminées par des revers assortis. Capeline en paille d'Italie garnie de fleurs des champs.



Nouveau costume en velours modèle de M. Pullan & Son, Toronto, garni d'un riche braid de soie. Une frange est employée avec effet sur l'arrière du collet, et sur le panneau de la jupe en avant et en arrière.

**Blouses.**

"Les Dessous Elegants" nous donnent ces renseignements interessants sur les blouses nouvelles:

Les blouses en dentelle auront encore leur succès habituel, avec la robe de lingerie; elles restent les blouses indispensables et superieurement elegantes en maintes circonstances où l'on ne peut s'habiller completement pour de multiples raisons. Pour le voyage, surtout, rien n'est plus commode et, avec un "voilage" elles se transforment.

Le Cluny, marie à la Valenciennes et au linon, forme un heureux melange; les dessins plus lourds et plus ajoures du Cluny faisant admirablement ressortir la finesse des motifs de la Valenciennes.

Les crepons de cotons très fins et ceux de fil, ont grand succès cette saison; on en fait des blouses ornées de broderies blanches ou de couleurs. Ces tissus sont particulièrement pratiques parce qu'ils se froissent beaucoup moins que les linons; il suffit de les detendre après le lavage.

Les blousons en voiles persans accompagnent aussi joliment les costumes tailleurs.

Pour les classiques corsages de toile on adopte de préférence les broderies au passé, très simples, et les broderies russes, mélangées de point lancé et de point de croix.

Beaucoup de ces blouses blanches sont brodées de bleu toile. Les broderies couvrent habituellement le haut de la blouse, l'empiècement; elles se prolongent sur le haut des manches et descendent au milieu du devant où elles encadrent un étroit gilet.

Ces garnitures, placées en empiècement, se continuent souvent en un large entre-deux descendant tout le long du bras et donnant une jolie tombée aux épaules.

Il y a des blouses en dentelle ocree, brodée d'or, avec large ruban d'une couleur vive passant en dessous et vu en transparence; d'autres en mousseline de soie de couleur: vert emeraude, vieux rose, bleu ancien, posées sur un transparent collant en tulle brode et retenues par une ceinture or et argent piquée de gros cabochons.

La note métallique et transparente est obligatoire dans les blouses élégantes; l'encolure est un tout petit empiècement, ainsi que le bas des manches demi-langues.

Cependant, les petites guimpes blanches sont abolies, par certaines maisons de couture. Mais beaucoup de femmes les conservent, car le voisinage du blanc est seyant au visage bien plus que le bleu, le marron et le vert, dans les tons crus à la mode.

Nous devons noter la faveur qui est accordée aux blouses de crêtonne, de toile de Jouy, aux anciens ramages, que l'on voile de mousseline de soie assortie à la teinte de la jupe.

Les voile-blouse sont devenus un nouvel accessoire de la toilette; on les trouve tout confectionnés et en toutes couleurs. On les sontache très légèrement, on en brode de perles à l'encolure et au bas des manches religieuses et arrêtées à mi-bas.

Sous ces transparents on met encore des blouses blanches en linon, en broderie, en dentelle; cela donne bien à une délicieuse harmonie la jupe étant de la couleur du "voilage".

Après les transparents de mousseline de soie, voici ceux en tulle grec à réseaux très larges d'un centimètre carré; vous voyez que la nouveauté, en ce genre, est loin d'avoir dit son dernier mot.

Ce qui est charmant, parmi les nouveautés, ce sont ces blouses faites dans les deux bouts d'une écharpe imprimée de dessins cachemire. Point d'emmanchure; cette draperie se détache sur un transparent d'une nuance très tranchée.

A signaler encore une ravissante fantaisie nouvelle: c'est une blouse brodée, en toile, serrée à la taille par une ceinture en même broderie au bas de laquelle se monte, tout

# Les Chapeaux "Royalty"

ETABLIRONT VOS AFFAIRES.

Nos

Voyageurs

Iron t vous voir sous peu

Pour le Printemps

1912.

Fourrures pour Livraison

Immédiate.

Swift Copland & Co.

LIMITED.

MONTREAL.

autour, un plissé de Valenciennes, haut de dix centimètres, formant une sorte de très petite basque; l'effet en est léger, vaporeux, exquis.

Comme vous le voyez, les blouses n'ont rien perdu de leur élégance d'autan et se conforment au goût du jour.

#### Chemisettes.

Si les blouses habillées ne sont plus exclusivement blanches ou de couleur tranchant complètement sur le costume, dans la note habillée, le matin, avec le "trouneur", les élégantes portent toujours les fines chemisettes de linon, mais cette chemisette demande à être jabotée.

Les chemisettes d'oxford s'allient aux costumes simples du matin; on les fait presque toujours à plus couches partant d'un empiècement, les poignets et le col sont quelquefois lissés de dépassants de couleur.

Sur une blouse de linon soyeux, tantôt le jabot plissé se festonne en dents de soie bleues, roses, mauves, cerise, etc., tantôt de larges pois, brodés au plumets, s'intercalent entre les plis creux qui rayent la chemisette.

On emploiera cet été beaucoup de batistes rayées de cou-

recouvrir alors le bas des jupes, et les tuniques légères retombent sur cette haute bande ajourée. Ces broderies se font non seulement sur tansonk, mais aussi sur la mousseline de soie et le tafetas uni ou glacé; beaucoup de robes sont brodées ainsi à même, avec de la soie ou du coton assortis ou d'une couleur disparate. Les étoiles et les petits médaillons de cor en dentelle épaisse; point de Venise, guipure d'Irlande, point de Milan, filet brodé, dentelle Renaissance, ont aussi grand succès en ce moment et ont leur place marquée dans la plupart des toilettes du soir; celles-ci sont faites généralement de soies souples, de gaze ou de mousseline de soie de teintes brillantes, vives et crues, parmi lesquelles on doit citer tout d'abord le vert Empire, les rouges cerise et géranium comme étant les couleurs de prédilection de la mode actuelle.

#### Echarpes.

Les écharpes, que la mode autorise de plus en plus, ajoutent, il faut l'avouer, un charme indéfinissable à la mode de toilette.

Elles se font en tissus légers doublés de liberty ou de

### Formes d'Automne et d'Hiver.

**Calottes de toutes les formes très hautes ou comme dans les nouveaux bérêts, plates et de très grand diamètre.**

**Turbans à draperie fantastique, nouée et frangée.**

**Formes Pierrot, Tyroliennes et Magiciennes, petites passes souples, calottes très hautes.**

**Formes Henri IV avec calotte et passe ne formant qu'un; dessus plat et un plus petites en circonférence qu'à la base.**

**Bonnets à pointes et effet de cabriolet. Styles Premier et Second Empire.**

**Bicornes avec passe-revers très haute, se recouvrant par dessus la haute calotte.**

**Formes Watteau et Manon, avec revers Louis XVI en arrière.**

leurs claires sur fond blanc. Toujours beaucoup de fantaisie dans le jeu des rayures.

#### Boléros.

De la nouveauté ou pour mieux dire un renouveau qui n'est pas pour nous déplaire c'est la vogue du "boléro" mais un boléro répondant aux exigences du moment, c'est-à-dire sans couture d'emmanchure. Ces boléros compléteront le costume tailleur et se verront beaucoup aussi sur les robes floues; ils s'hamonissent si bien avec l'idée de taille courte qui reste dominante que je ne doute pas qu'on en tire des effets fort heureux.

Il donne aux toilettes une allure nouvelle et se prête à une foule de combinaisons amusantes et gracieuses; il se porte beaucoup sur un gilet d'homme en tissu pékiné, en étoffe unie, froncée à la taille, il accompagne gentiment les jupes quadrillées ou rayées.

#### Broderies.

Signalons la grande vogue de la broderie anglaise, dont on fait des toilettes entières et avec laquelle on garnit même les robes du soir en gaze ou en mousseline de soie; on en

deux superpositions de mousseline d'un ton différent. L'ampleur est maîtrisée au milieu du dos, sur les épaules, et au dessous de la taille par des rangées de fronces sur lesquelles on échelonne des boutons bombés recouverts de liberty. Ces moules en bois, qui se font en toute taille, se trouvent dans les grands magasins, et s'emploient beaucoup aussi pour l'ornementation des robes.

J'ai sous les yeux un ravissant modèle d'écharpe en satin souple bien corbeau presque noir, avec pans en mousseline de soie bleu plus clair voilé de bleu corbeau, formant une charmante tonalité. Le satin, coupé droit fil, s'arrête au-dessous de chaque épaule en avant, et sa jonction avec la mousseline de soie (légèrement froncée) est dissimulée par une passementerie du ton. Les pans ont une ombée naturelle, simplement rétrécie à leur extrémité sur une largeur de 30 centimètres, par un biais de satin rehaussé de la même passementerie et pendeloqué de boules Tom Ponce du ton.

#### Fichus.

Grand succès pour les fichus. Ils sont faits de la même soie que la robe, de mousseline assortie ou bise, de clair linon ou de malines.

## BRODERIES.

Les robes lingerie en broderie ont une très grande vogue en Europe. En outre on emploie de belles broderies ajoutées pour garnir les robes en chiffon, satin, etc., avec ou sans dentelle. Les robes de dessous en broderie ajourée sont volées de chiffon, et, vice versa, des tunique et robes de dessus en broderie sont portées par-dessus des satins et chiffons de couleur foncée et de couleur claire. De larges bandes de broderie ont une grande vogue en France, et Fallover ajouré est très employé pour les tuniques.

Une autre forme de broderie employée pour les nouvelles tuniques qui vont du buste jusqu'à quelques pouces au-dessous des hanches, consiste en un volant ou bande à double bordure. Le bord supérieur est fini par une bordure ou feston assortie, beaucoup plus étroite que le bord inférieur.

Les tuniques étant très à la mode, ce volant à double bordure devrait être en bonne demande. Cette nouvelle forme de broderie peut aussi être employée en bande extrêmement large pour former la portion inférieure d'une jupe en broderie allover ou en batiste unie, à laquelle le bord supérieur du volant est appliqué.

La vogue de la broderie anglaise ajourée est très grande à Paris, et les importateurs américains s'attendent à une bonne demande pour ce genre de broderie, qui a toujours eu du succès en Amérique.

## NOTRE ENSEIGNEMENT COMMERCIAL

Il est de mode, depuis quelques années, de tomber à bras raccourcis sur notre système d'enseignement aussi bien classique que commercial. Et malheureusement ces paroles de dénigrement ne peuvent pas toujours être facilement contredites, car un Frère de la Doctrine Chrétienne ne risquera pas de compromettre sa robe, ni un prêtre sa soutane dans une polémique violente, et un laïque ne peut et ne doit réclamer le règlement des Commissaires des Ecoles lui interdisant de discuter ces questions.

Nous laisserons de côté l'enseignement classique, auquel notre journal n'a rien à voir, et nous nous demanderons si notre enseignement commercial est bon ou mauvais.—Nous répondrons, comme en philosophie scolastique: *distinguo*.

A ceux qui prétendraient que nous sommes à la tête de l'instruction dans le monde, nous répondrions: C'est faux! Mais nous ferions la même réponse à ceux qui nous croiraient les derniers de la terre, et plus arriérés même que les Hot-tentots.

En tout il faut un juste milieu. Ceux qui prétendent que nous seuls avons gardé intact le trésor de la langue française et que nous parlons le langage de la cour de Louis XIV, sont aussi éloignés de la vérité que ceux qui avancent hardiment qu'on ne parle au Canada qu'un charabia, qui n'est pas du Français. La vérité est que la société instruite parle en Fran-

## Nouveautés en Garnitures.

**Grandes garnitures de plumes, fleurs et ornements.**

**Motifs en plumes-couteaux et ailes faits de worsted, velours, soie ou cuir, et brodés de perles ou de laine pesante.**

**Ciands en chenille, soie pesante, autruche ou braid de soie. Lourde passerie en soie.**

**Franges à partir de deux pouces de large, couleurs unies et combinées en perles, soie et chenille.**

**Grandes fleurs plates en velours pesant, fourrure ou castor, centres naturels. Fougère et grandes feuilles découpées dans de la peau de Suède, doublée de satin.**

**Fleurs et fruits en worsted, soie, chenille ou peluche, en teintes naturelles et de fantaisie.**

**Larges garnitures et calottes, formées par de longues boucles brochées en ruban de satin.**

**Bandes brodées en couleurs orientales, bandes en worsted et en chenille.**

## SPECIALITES EN TAPIS.

La maison Herm. Patz, Celsnitz (Saxe), représentée depuis quelques années au Canada, tient maintenant à Toronto, dans le but d'étendre ses affaires au Canada, un stock bien assorti de ses tapis Axminster sans couture. Récemment, afin de satisfaire le commerce canadien, elle a changé les dimensions de ses tapis, et manufacture tous les rugs dans les dimensions régulières adoptées au Canada. Leurs prix sont si bas qu'ils rivalisent favorablement avec les tapis de tous les autres manufacturiers. Le représentant de cette maison au Canada est M. Otto T. E. Veit, 64 rue Wellington Ouest, Toronto, Ont.

Il représente aussi la maison Saxisische Kunstweberei Claviez, Adorf, i/V (Saxe), manufacturiers d'imitations de Tapis d'Orient "Sans Couture," de haute qualité; ce sont les copies les plus parfaites des anciens tapis de Perse et de Turquie. Ils sont produits "Sans Couture" jusqu'aux grandeurs de 11' 6" x 16' 5".

ce un langage châtié et riche d'expressions auquel notre bon peuple ne peut comparer le sien, mais qu'un contraire notre bon peuple parle un bon Français que tout le monde peut comprendre, tandis qu'en France le langage du populon parisien regorge de termes d'argots, et celui du peuple des provinces n'est souvent qu'un patois flamand, picard, provençal, etc.

Notre enseignement commercial n'est pas parfait, nous l'admettons. Mais il n'est pas non plus si mauvais qu'on l'a dit quelquefois. Nous en appelons à nos Commissaires d'Ecoles Catholiques de Montréal qui se rendirent, il y a quelques années, aux Etats-Unis, et en rapportèrent la conviction que leurs écoles pouvaient soutenir avantageusement la comparaison avec celles de nos voisins. Nous en appelons encore à notre Chambre de Commerce dont une délégation importante vint faire un examen sérieux, il y a quelques années, des

cièves de l'Académie Commerciale du Plateau, et quelques semaines après, de ceux du Mont Saint-Louis. Ces Messieurs se déclarèrent tellement satisfaits du résultat, qu'ils daignèrent accorder aux deux institutions un prix, et leur adresser des paroles véritablement flatteuses.

Les programmes pour l'instruction primaire sont sérieux et bien élaborés. Ils répondent aux besoins du commerce. La preuve, c'est que parmi les critiques qui tombent à certains moments plus drues que les sauterelles dans un champ d'Algérie, l'on n'en trouve pas qui soit accompagnée de son remède, c'est-à-dire qu'on relève cent critiques, mais aucune suggestion pratique.

Les programmes sont bons, mais ne sont pas malheureusement toujours parfaitement exécutés. Voilà le mal, mais quelle est la source du mal? Tout le monde la connaît. Quand on veut de la bonne cuisine, l'on doit s'attendre à payer largement son cuisinier. Commençons d'abord par rémunérer plus généreusement nos instituteurs et nos institutrices.

Qu'on nous permette en finissant de signaler ici une cause de la mauvaise opinion que beaucoup de gens ont conçue de nos écoles. Des hommes d'affaires acceptent les services d'un jeune homme qui leur a dit avoir passé cinq ou six années dans telle institution. Quelques jours après, l'incapacité du nouvel employé est reconnue. Mais la faute n'en est pas à l'institution dont le cours commercial est de huit ou peut-être de neuf années.

Qu'un homme d'affaires n'accepte dans son bureau que des jeunes gens qui ont terminé leur cours commercial dans une maison d'éducation sérieuse; qu'il exige d'eux le diplôme accordé au couronnement des études, et non pas un certificat d'études, qui est donné par les Commissaires des Ecoles à la suite de la 4<sup>e</sup> année, ou de la 6<sup>e</sup> année ou de la 7<sup>e</sup> année. Et tout le monde sera content.

garnitures et, en tête de la sixième colonne de la carte figurent deux bonnes nuances bleu-ciel. Après les bleus, les nuances tan, brune et mode ont le plus d'importance; il y en a cinq séries. On y voit trois nuances mordorées; dans la dernière, d'une teinte riche, foncée, devrait être très pâle. Les quatre bruns rougeâtres qui figurent dans la sixième colonne sont bons, particulièrement la dernière nuance de la série, et trois autres bonnes nuances se rapprochent du tan, mais aussi de la teinte fauve. Deux nuances mode grisâtre et deux nuances castor sont aussi dans cette série qui contient encore un assortiment de brun seal foncé et d'une fauve foncée.

La carte offre toute une liste de tons pourpre; la plus intéressante de cette série contient trois nuances l'as nuancé et en une nuance pourpre, presque noire.

Une série de pourpre royale brillante finissant en vert prime, et deux tons rougeâtres brillants seront utiles pour les garnitures.

La première série de la carte est faite d'un assortiment de tons glycine qui plaira à la clientèle de la meilleure classe.

Le vert est bien représenté; le premier assortiment comprend trois verts jaunâtres pâles finissant en trois nuances forêt foncées. Après cela, viennent trois nuances olive, et il y a un assortiment composé d'un vert pâle nouveauté et de trois nuances réseda. Deux verts jaunes brillants et deux verts jaunes forment de bonnes couleurs pour les garnitures.

Les gris sont presque tous foncés; il y a deux gris nickel, deux gris foncés et deux gris fer mat; dans les dernières nuances on voit deux gris perle et un assortiment d'une caste brimante.

Ce qu'il y a de plus remarquable dans la série des rouges,

### Matériaux pour l'Automne et l'Hiver.

- Velours deux tons et épinglé en couleurs bien mélangées.**
- Velours en plateaux, capotes, bandes et mis en forme.**
- Drap beaver en couleurs unies, effets ombrés et mélanges exquis de couleurs orientales.**
- Broadcloth satin, Drap Bedford, vicuna doublé en ton faisant contraste.**
- Serge de soie, rayures diagonales ou verticales; ottomans, bengaline et surah.**
- Velours et peluche, toutes les texture et toutes les nuances.**
- Soie moirée, doublée de satin ou de grosgrain, pour drapement.**
- Fleur de soie, tissu aussi souple que le satin météo, ressemblant à de la panne.**
- Belles imitations de mouton de Perse et de Broadtail.**

#### LA CARTE DES COULEURS DE J. CLAUDE FRERES POUR L'AUTOMNE.

Dans cette carte, les nuances bleues sont fortement représentées par sept séries distinctes. On y voit deux assortiments de bleu lavande, ainsi qu'un assortiment de bleu marine tournant au pourpre. La première série comprend les nuances cadet qui se dégradent en devenant plus foncées jusqu'à un bleu gendarme foncé, mat.

On remarque trois nuances de bleu de roi convenant aux

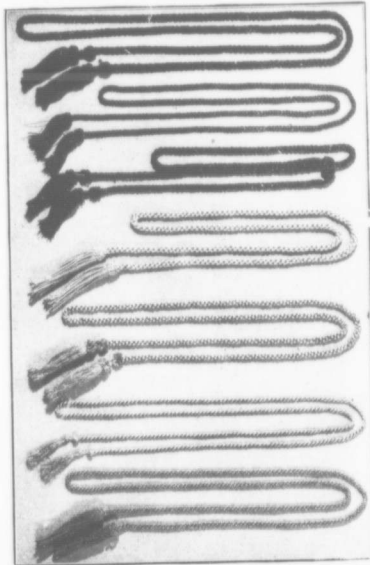
c'est qu'elle ne contient pas de véritable nuance rose. On y voit un assortiment de nuances corail et une série de deux tons tirant sur le mauve.

Les nuances couramment sont les plus en vue sur la carte. En tête du deuxième assortiment est une nuance cardinal brillante; les couleurs s'y dégradent en teintes plus mates et plus foncées de la même nuance. On remarque aussi un assortiment de tons fuchsia foncés, deux rouges cuivre, ainsi qu'un assortiment de teintes écarlates, brillantes et mates.

SAISON D'AUTOMNE

**GARNITURES**

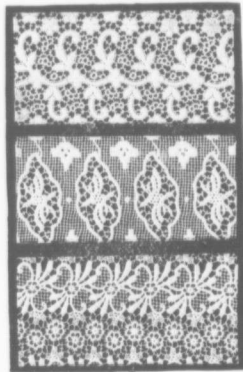
**DENTELLES**



Cordelières, toutes couleurs et tous styles.



Dernière Nouveauté en Garnitures.



Dentelles, toutes Qualités et tous Styles

**FLET-LOWNDES & CO., LIMITED**

IMPORTATEURS et MANUFACTURIERS

142 Rue Front Ouest, TORONTO

Représentant à Québec; A. F. BLAIR, 47 rue ST. JEAN.

## LES VENTES D'OCCASION A LA CAMPAGNE

L'objet principal de toute vente spéciale à réduction, est d'attirer la clientèle dans l'espoir de vendre des marchandises autres que celles annoncées à réduction. Des lors, les articles qui font l'objet de la vente à réduction doivent être de ceux dont la demande est générale. Naturellement, plus l'article est en vogue, plus il attirera d'acheteurs, aléchés par l'annonce spéciale. En général, le petit détaillant de la campagne ne devrait pas faire souvent de ces ventes spéciales. Le nombre de clients que ces ventes peuvent attirer étant limité, de trop fréquentes ventes spéciales seraient de nature à apprendre aux gens à retarder leurs achats courants pour attendre la vente spéciale à réduction. Ainsi, l'augmentation de la demande pour la marchandise spéciale est stimulée pour un certain temps au prix régulier du marché et avec profit. Parfois, cependant, une vente d'occasion est utile et agréable au client, mais en règle générale, comme nous l'avons dit, on ne doit pas encourager la recherche du bon marché plus qu'il ne faut, pour tenir les clients d'un magasin en bonne humeur. Une vente d'inventaire une fois l'an est une bonne idée.

Lorsqu'on prépare ces ventes d'occasion, il est bon de faire comprendre au public la raison des réductions annoncées, comme par exemple le surcroît de marchandises d'une même sorte, l'intention de discontinuer certaine ligne, ou le désir de liquider. Le client devra comprendre qu'il ne peut s'attendre à des réductions régulières et qu'il doit profiter de la vente annoncée. A la campagne, un consommateur qui a payé 90 cents pour un article, hésitera longtemps à payer un dollar pour le même article un mois plus tard. C'est là l'une des principales raisons pour ne pas abuser des ventes d'occasion.

Règle générale, on obtient de meilleurs résultats et plus de profit en offrant une réduction sur un seul article, une fois par semaine, plutôt qu'en offrant plus souvent de ces réductions. Étalez l'article spécial à l'arrière du magasin, afin que le client soit obligé de passer devant les comptoirs et les tablettes chargés d'autres marchandises attrayantes, qui sont à vendre à profit. Ainsi, le client aura vu deux fois, en entrant et en sortant, le stock régulier que vous aurez ainsi annoncé sans qu'il vous en coûte rien. Les commis préposés aux autres comptoirs peuvent, sans qu'il y paraisse, encourager la vente d'autres marchandises que celle qui est annoncée spécialement. Un bon moyen d'attirer les clients à un magasin, c'est d'envoyer des coupons au comptant. Ces coupons, d'une dénomination de 5, 10, ou 25 cents, sont applicables à une certaine marchandise spécifiée, pourvu que l'achat soit fait au jour déterminé. Beaucoup de femmes apprécieront beaucoup ce coupon, et se prévaudront de l'occasion pour économiser quelques sous, tandis qu'elles n'auraient fait aucun cas d'une annonce dans un journal ou d'une circulaire. Ce système de coupons a été très employé par les marchands de pianos et les photographes, et a toujours réussi.

On peut même donner un coupon de \$1 applicable à un achat de \$10. Ce système de coupons amènera beaucoup de monde au magasin et sera profitable au marchand qui aura déjà fait deux ou trois ventes à réduction durant l'année.

Dans certaines villes, des marchands ont très bien réussi en s'entendant pour faire ensemble leurs ventes spéciales et cela pendant un seul jour. Chaque marchand de la ville fait sa réduction de prix qui est annoncée dans les journaux et par de grandes circulaires envoyées dans les familles. On prend tous les moyens pour engager les consommateurs éloignés à venir à la ville, ce jour-là, et les restaurants font des prix spéciaux pour la journée.

Chacun des coopérateurs devra s'efforcer d'éviter le trop plein d'une marchandise, afin de n'avoir pas à l'offrir de nouveau et de ne pas gêner le commerce légitime des concurrents qui tiennent la même marchandise.

Lorsque le marchand connaît des personnes ayant l'ha-

bitude d'acheter au dehors, par correspondance et d'après des catalogues, il doit dresser une liste des noms de ces personnes et leur écrire en leur demandant de le consulter avant de donner leurs commandes ailleurs, attendu qu'il peut avoir en magasin les mêmes marchandises, et leur économiser ainsi les frais de transport. Qu'il leur demande en outre de lui désigner un article du catalogue pour qu'il se le procure au cas où il ne l'aurait pas déjà. Le marchand trouvera souvent avantageux d'acheter l'article, même à perte, s'il fait perdre au client l'habitude d'acheter au dehors. Pour quelques ventes à perte, il en fera certainement d'autres à profit.

Le succès d'une vente à réduction dépend beaucoup de son originalité. Offrez au public quelque chose qui sorte de l'ordinaire, quelque chose qui fasse l'objet des conversations, afin que l'impression lui en reste au moins jusqu'au jour de la vente, et tâchez d'attirer à votre magasin le plus grand nombre de visiteurs possible. Lorsqu'ils arrivent, recevez-les cordialement, et faites en sorte qu'ils se sentent à l'aise dans votre magasin, et qu'ils soient contents d'avoir eu une occasion d'examiner votre stock. Que le service soit aussi bien fait les jours de ventes d'occasion que tous les autres jours de l'année.



Toque en velours noir, avec calotte, genre baret, drapé, diminuant de hauteur en avant. La passe étroite se relève brusquement en arrière et est échancree en avant et au centre. De la passementerie en soie noire encadre la base de la calotte en un double rang et contourne le dessous de la passe; cette passementerie forme aussi de petits nœuds de cravate à droite et en avant.

Dimensions: hauteur de la calotte, 9 pouces en arrière, 5 pouces en avant; circonférence, 32 pouces.



# Nisbet & Auld, Limited.

**Voyez nos Dernières Productions en  
Draps à Costumes et Tweeds pour  
Manteaux, Faits au Canada.**

**DEPUIS** De nombreuses années, notre but est de réunir tout ce que nous  
trouvons de bon dans les ETOFFES ETRANGERES. Avec  
l'aide de dessinateurs habiles, nous avons réussi à reproduire, sur des métiers  
canadiens, des tissus et des dessins améliorés et convenant mieux à tous les  
points de vue à notre marché. Pour la saison prochaine, nous avons eu la main  
très heureuse et nous offrons quelques ETOFFES REMARQUABLES.



Nous sommes les seuls agents canadiens  
pour le Satin "EMPIRE", le meilleur satin  
à doublure vendu au Canada.

Dans notre Département des Toiles, nous offrons les  
Toiles Damassées "ROYAL", d'une excellence et d'une  
qualité sans égales.

PLACEZ VOS ORDRES DE BONNE  
HEURE AFIN D'ÊTRE LES PRE-  
MIERS À OBTENIR DES LIVRAI-  
SONS.

Nous conformant à la demande pour des  
ETOFFES MASCULINES.

Nous Offrons Dans Notre Département Des

**Lainages pour Hommes,**

Un vaste assortiment de Tissus convenant  
à la confection des

**Costumes-Tailleur  
Pour DAMES.**

**MONTREAL,**

207 rue St-Jacques,

**TORONTO,**

32-34 rue Wellington Ouest,

**QUEBEC,**

5 Bloc Parent.

## LE SECRET POUR REUSSIR DANS LES AFFAIRES

Un grand nombre de jeunes gens se font une fausse conception de la vie, et sont portés à attribuer à la chance ce qui n'est que la récompense d'une longue suite d'efforts, et parfois de victoires sur soi-même.

"Oh! les entendra-t-on dire, Cadioux a été chanceux! il y a huit ans à peine qu'il est entré chez X, comme simple commis, et le voilà gérant avec des appointements de deux ou trois mille dollars par an."

Voilà ce qu'on dit, mais jeune homme qui parlez ainsi,

à votre blonde au téléphone, alors que votre patron vous jetait un regard ironique, Cadioux, tout à son affaire, ne songeait qu'à s'attirer de nouveaux clients par sa bonne grâce et sa complaisance; pendant que vous flâniez chez vous par suite d'un simple rhume ou d'un mal aux cheveux malencontreux, votre ami Cadioux travaillait consciencieusement, et se gardait bien de s'absenter sans une raison majeure; pendant que vous vous cabriez et que vous versiez vos plaintes dans le gilet des autres employés qui les transmettaient aussitôt à l'autorité, parce qu'on vous avait prié de donner à l'établissement une heure de travail supplémentaire, Ca-



MODELE D'HERMANCE, PARIS.

Propriété de la maison Debenhams (Canada) Limited,  
Montréal.

La forme de ce magnifique chapeau est entièrement couverte de soie couleur champagne foncé. Le dessous de la passe est couvert de seal brun. Une monture de fantaisie du même ton que la soie couvre toute la calotte.

si vous vouliez bien réfléchir, vous admettriez que, pendant que vous vous levez nonchalamment le matin, pestant contre le sort qui ne vous a pas gratifié de vingt mille piastres de rentes, et que vous vous souciez peu d'arriver exactement à l'heure, Cadioux était chaque matin rendu le premier à son poste; pendant que vous vous traîniez tout le jour avec indolence autour de votre bureau ou de votre comptoir, ne songeant qu'à l'heure où vous seriez enfin délivré de votre corvée quotidienne, et parfois même répondant

dioux au contraire s'offrirait de lui-même quand les commandes affluaient ou que le moment de l'inventaire annuel exigeait le concours de tous; pendant que vos doigts, tachés d'une couleur jaune révélaient chez vous un amour désordonné de la cigarette, ou peut-être, hélas! que parfois votre haleine prouvait qu'un liquide alcoolique avait arrosé votre jeune oesophage, Cadioux était connu pour savoir user aussi rarement de l'eau-de-vie que de la plante à Nicot; enfin, pendant que vous gaspilliez, inconsidérément votre argent le



*Nous avons l'honneur d'annoncer  
que notre*

*Ouverture*

*des*

*Modes d'Automne*

*aura lieu*

*Le Lundi, 28 Aout*

*et les jours suivants.*

*Nous exhiberons un grand  
nombre de Modèles Parisiens  
les plus Nouveaux (strictement  
importés), ainsi que des Nou-  
veautés en Articles de Modes.*

*Nous sommes prêts dès maintenant pour les acheteurs de la première heure.*



*Ouverture de Québec — Lundi, 4 Sept.*



**Debenhams (Canada) Limited**

Montréal

Ottawa,

18 et 20 Rue Ste-Hélène.

Québec.

dimanche dans des parties soi-disant de plaisir où l'on vous grugeait, Cadieux déposait soigneusement le sien à la Caisse d'Épargne.

Et vous vous étonnez, après cela, que votre émule, qui a peut-être débuté dans les affaires le même jour que vous, soit parvenu à une place enviable? Mais son patron ne voudrait le lâcher à aucun prix, car il sait que dans son employé, il trouverait un remplaçant digne de confiance, le jour où lui-même tomberait malade ou serait forcé de s'absenter. Tandis que le chef de votre maison de commerce, qui n'est pas un imbécile, m'a dit de vous: "Le cher homme! il est

#### RENDEZ VOIRE COMMERCE PROFITABLE.

Il n'y a jamais eu d'époque comme l'époque actuelle où un marchand ait pu profiter d'une littérature couvrant toutes les branches du commerce. Aujourd'hui, les journaux commerciaux donnent des renseignements très précieux et suggèrent les plus utiles idées qui ont réussi des mieux dans certaines maisons de commerce. Il est évident qu'un marchand doit se tenir au courant de ce qui se passe autour de lui, mais ce n'est pas tout. Trop d'hommes ont l'habitude de copier machinalement et servilement les idées d'autrui.



MODELE DE POUYANE.

Propriété de la maison Debenhams (Canada) Limited,  
Montréal.

Grand chapeau en feutre blanc. Le dessous de la passe est couvert de velours bleu marine. Des plumes de coq blanches entourent la calotte. Une aigrette de marabout blanc émerge du centre de la calotte.

chez moi, c'est bon, mais à la moindre incartade, je le **plaquerais** sans pitié, car il est bien facile de le remplacer".

Jeunes gens qui entrez dans le commerce ou l'industrie, rappelez-vous que, dans cette carrière comme dans celles des professions libérales, il ne suffit pas d'être utile, il faut se rendre indispensable. Aujourd'hui que toutes les voies sont encombrées, pour faire son chemin, il ne suffit pas de suivre nonchalamment le troupeau, il faut en prendre la tête. La chance! Grand mot vide de sens. Le secret de la réussite, c'est la bonne conduite et le travail acharné.

Le marchand entreprenant doit pouvoir exercer son jugement sur ce qu'il doit copier et jusqu'à quel point, et s'efforcer d'améliorer ce qu'il copie. Sans originalité, ceux qui ne font simplement que copier sont hors d'état de rester en affaires. Un magasin est rendu prospère par ses clients satisfaits; mais cela ne veut pas dire que son propriétaire doive vendre ou acheter des marchandises à plus bas prix que son rival. Le premier point important à considérer est la tenue d'un stock de marchandises de confiance, désirées par les clients du magasin. Que ce soit un dicton parmi vos clients

**Au Commerce.** **Août 1911.** **Si vous pouvez nous acheter les articles suivants :**

Sweaters d'Hommes à Col Ouvert, \$2 00 la douzaine,  
Sweaters de Garçons, à Col Ouvert, \$1 00 la douzaine,  
Etoffes à Robes, 10 cents à 35 cents la verge,  
Bas pour Dames, 25 cents à 50 cents la douzaine,  
Confections pour Dames, 35 cents à \$1.50 la douzaine,  
Toiles, 1 cent à 10 cents la verge,  
Cotonnades,  $\frac{1}{8}$  cent à  $\frac{3}{4}$  cent la verge,  
Wrapperettes, 1 cent la verge,  
Couvertures, 10 cents la paire----

A des prix inférieurs aux prix réguliers, c'est une preuve certaine que nos facilités d'achat sont plus grandes, que notre marge de profit est plus petite et qu'en conséquence nos valeurs sont meilleures qu'elles ne pourraient l'être dans toute autre circonstance. Pour que vous appréciez entièrement ces faits, nous vous demanderons de visiter nos magasins et de comparer les valeurs avant de placer vos ordres.

## **John Macdonald & Co., Limited**

### **TORONTO**

M. J. O. Trempe, 207, rue Saint-Jacques, Montréal.  
M. D. Fontaine, 77 rue Church, Saint-Roch, Québec.  
M. J. H. Carson, (Cowansville,) Cowansville.

qu'ils peuvent toujours trouver ce qu'ils demandent dans votre magasin. Cela ne signifie pas que vous deviez avoir en stock une grande quantité de chaque article, car vos clients vous excuseront de n'avoir pas en grande quantité une marchandise qu'ils peuvent désirer acheter; mais ils ne vous pardonneront pas de n'en pas avoir du tout.

Le second point important est de tenir de bonnes marchandises. Que vos clients sachent bien qu'ils peuvent avoir entière confiance en ce que vous leur vendez, que vous tenez des marchandises de qualité, et ne vous figurez jamais que le public est ignorant de la valeur de la marchandise. Vous pourriez le tromper une fois, mais cela vous coûterait cher.

Et vos vendeurs? Traitent-ils les clients avec la même courtoisie quand ils achètent peu que quand ils achètent beaucoup? Répondent-ils brusquement ou impertinamment à un homme pauvre, et agissent-ils en général à la manière d'une machine automatique? Une semblable condition n'existerait pas, vous le sachant. Mais c'est à vous de vous renseigner sur la chose.

Votre publicité doit ensuite être l'objet de votre attention. Dans une annonce, vous devez faire une simple déclaration des faits, et l'annonce réussit le mieux quand elle est faite avec persistance, régularité et qu'elle ne contient pas d'exagérations; dites la vérité et rien que la vérité.

Des étalages en vitrine, bien faits, attrayants et souvent changés intéresseront vos clients réguliers et vous en attireront de nouveaux. Des livraisons promptes en paquets bien faits laisseront souvent à vos clients un souvenir agréable et durable de votre magasin.

En se souvenant bien de toutes ces choses, en administrant bien ses affaires, un détaillant n'a pas de raison pour ne pas être un marchand prospère, quel que soit l'endroit où le magasin est situé, quelque important ou quelque petit qu'il soit.

#### LE COMMERCE DES GANTS AUX ETATS-UNIS.

M. Lanel, consul général de France à New-York, consacre dans son rapport sur les Etats-Unis, une étude détaillée au commerce des gants aux Etats-Unis. Nous y relevons les indications qui suivent:

Il n'y a pas de pays au monde où l'usage des gants soit plus répandu qu'aux Etats-Unis.

Bien que l'industrie nationale se soit considérablement développée, l'importation est encore très importante, au point que les fluctuations du marché américain ont leur répercussion sur tous les centres de production.

La France vient au premier rang des pays importateurs, suivie de près par l'Allemagne. Les autres pays se classent dans l'ordre suivant: Angleterre, Italie, Belgique.

Les Américains fabriquent actuellement, à peu près tous les genres, sauf peut-être le gant de chevreau. Ce genre demande un soin particulier et une habileté professionnelle dont la main-d'œuvre indigène n'est pas encore susceptible. Ce genre est fourni presque exclusivement par la France et l'Italie. Bien que l'importation de ce dernier pays soit encore très inférieure à la nôtre, elle fait de très réels progrès et nous aurons, dans un avenir très rapproché, à compter sérieusement avec elle.

Les gants piqués, et notamment les gants piqués pour dames, qui sont surtout de fabrication américaine, se vendent beaucoup dans l'Ouest. Ce gant est moins élégant que le gant cousu, mais il est plus aisé. Par contre, le gant cousu est très répandu dans les villes de l'Est et gagne peu à peu tous les grands centres. Le marché américain est donc encore susceptible de développement et vaut la peine d'être suivi de près par nos fabricants. Mais ils n'obtiennent rien sans beaucoup de réclame, et s'ils ne prennent soin de faire connaître leur marque dans les grandes villes, et notamment

dans celles de l'intérieur qui sont en progression, et constituent les marchés de l'avenir.

C'est, d'autre part, une nécessité de ce commerce que de savoir se conformer strictement au goût de la clientèle. La mode aux Etats-Unis varie beaucoup et ne suit pas toujours exactement celle de Paris. L'habileté des Allemands et des Italiens est précisément de se plier à toutes les exigences du public et d'aller au-devant de ses goûts et de ses désirs. Grâce à cette souplesse commerciale, ils écoulent des produits dont la qualité est inférieure à celle de nos articles, mais qui ont l'avantage de répondre exactement au goût de l'acheteur.—(La Halle aux Cuirs.)

#### LA VALEUR DE L'HOMME EN AFFAIRES.

L'homme se doit avant tout à lui-même et à sa famille.

Le travail n'est pas le but de la vie, c'est le moyen d'arriver à un but; il est nécessaire pour obtenir certains résultats désirables.

Un travail de nombreuses heures par jour n'est pas en soi-même un honneur pour l'homme qui l'accomplit.

L'homme n'a pas été fait pour le travail. Le travail a été fait pour l'homme, pour lui procurer certains avantages désirables et nécessaires.

L'homme qui, sans nécessité, travaille longtemps et péniblement pour obtenir ce qu'il désire, ne s'acquitte pas de son devoir envers lui-même et envers sa famille.

On entend beaucoup parler de crimes d'hommes envers leurs semblables. Le crime le plus commun est celui que commet l'homme envers lui-même—et par suite envers ceux qu'il doit soutenir. L'homme n'a pas le droit de sacrifier son temps, son intelligence, son énergie et sa santé. Il a contracté des obligations envers la société, envers sa famille, qui lui font un devoir d'employer toutes ses facultés de manière à obtenir les meilleurs résultats.

Si l'homme a une habileté, une instruction spéciale, des capacités spéciales ou un outillage spécial, il doit mettre tout cela à profit pour lui-même et pour sa famille.

Ce serait un crime que de vendre ces avantages au prix de la médiocrité. Autrement, pourquoi employer le temps et l'énergie nécessaires pour développer certains talents? Il vaut mieux rester dans la médiocrité et conserver son énergie pour une meilleure occasion.

Voilà des axiomes vrais dans toutes les lignes d'affaires, excepté dans l'épicerie, où la seule compétition qui existe est celle des prix. Chacun y parle de qualité, mais cherche un moyen de réduire les prix; une réduction du coût est suivie immédiatement d'une réduction du prix de vente. Il n'est pas juste, dirait-on, de demander le même prix quand le coût de la production diminue.

Partout on entend disputer cette curieuse idée de justice. Cette idée, au lieu d'être celle de justice, est la quintessence de tout ce qui est injuste — injuste pour l'épicier, pour ses créanciers, pour sa famille, pour ses employés et pour tous ceux qui sont intéressés à son succès commercial.

Cette idée est la cause de nombreuses faillites. Je n'ai rien à dire contre la loyauté réelle entre hommes. Toutes les affaires permanentes sont établies sur une base de justice et de loyauté. Mais le sens de justice, de loyauté, qui porte un épicier à sacrifier ses propres intérêts, à ignorer ce que lui coûte réellement son commerce, à réduire ses prix chaque fois qu'il fait une économie sur le prix coûtant, voilà le genre de justice, de loyauté, qui est faux.

L'épicier qui se laisse guider par cette soi-disant justice se dépeuple lui-même d'un gain justifiable, vole sa famille, ses créanciers, épuise son intelligence, ses forces et son

## Vos Ventes de Vêtements Tricotés Commencent Maintenant.



La saison dernière, les livraisons ont été mauvaises ; cette année, elles donneront tout aussi peu de satisfaction. L'homme qui ne s'approvisionne pas de "golfers" quand il le peut, se trouvera pris.

Nous avons un fort stock de nouveaux tricotés des marques "Lion" et "Her Ladyship"—vêtements des styles les plus nouveaux et qui se vendent le mieux sur le marché.

Nous pouvons vous faire une livraison par retour du courrier. VOUS pouvez vendre ces marchandises maintenant.



**The W. R. Brock Company, (Limited).**  
**Montréal.**

avoir sans en retirer un juste profit et, en fait de compte, il ne laisse rien à ceux qui lui sont chers.

Finiissons-en avec ces folles notions de prétendue justice. Aucun des fournisseurs de l'épicière ne fait affaires sur une base semblable. Le colporteur ignorant, méprisé, qui vend des fruits dans la rue, est plus avisé.

Avez-vous jamais songé à ce que vous valez pour vous-même et pour votre famille en vous considérant au point de vue machine? Pourquoi ne pas mettre en ligne de compte les frais de dépréciation sur votre personne et voir ce qui en résulte.

Comme base de la valeur d'un homme pour sa famille, on peut prendre \$50,000, et c'est un chiffre bas. Cinq pour cent sur cette somme fait \$2,500 par an, chiffre ridicule pour un homme pouvant faire un commerce profitable.

A dater de l'époque où il peut plus que subvenir à ses besoins, un homme a devant lui une moyenne de 20 ans de vie productive.

Quand il s'agit de machines, la dépréciation est calculée de manière à les remplacer quand elles sont usées ou qu'elles sont éclipsées par des outils plus modernes et plus économiques. Pour remplacer en 20 ans un homme représentant une valeur de \$50,000, il faudrait prélever, chaque année, sur son chiffre d'affaires, cinq pour cent, soit \$2,500 et placer cette somme à la banque d'épargne ou de quelque autre manière sûre.

Ce prélèvement doit être fait chaque année avant que l'homme en question puisse dire qu'il a fait un profit réel. Il doit calculer cette dépréciation sur lui-même, de même qu'il calcule la dépréciation de son stock. Il doit faire son profit en dehors de la toute dépréciation.

On entend des hommes parler de l'argent qu'ils ont gagné dans un an. Mais quel prélèvement ont-ils fait sur ce gain et ont-ils placé d'une manière permanente pour représenter leur propre dépréciation?

Le coût de sa vie et de celle de la famille ne compte pas dans ce calcul, puisqu'il est l'équivalent des réparations à la machine humaine et de son entretien. Sans les dépenses faites pour vivre, l'homme ne pourrait pas exister longtemps.

L'argent mis dans les affaires ne peut pas être considéré comme représentant la dépréciation de la machine humaine, parce que les affaires se développent si rapidement qu'un établissement très moderne aujourd'hui peut devenir suranné et ne pas donner de profits, l'année suivante.

Un homme peut se tromper totalement sur la valeur réelle de son commerce, tant qu'il vit. Mais sa femme et ses enfants se trouvent en face d'une dure réalité, quand il meurt — l'établissement ne se vend qu'à un prix insignifiant par rapport à la valeur qui lui était attribuée.

Avec son esprit d'entreprise, sa personnalité et sa présence, une maison de commerce peut valoir la somme à laquelle son propriétaire l'évalue; mais il est lui-même la machine qui donne de la valeur à tout l'établissement. C'est pourquoi un homme a pour devoir de prélever sur son chiffre d'affaires une somme d'argent suffisante pour couvrir la dépréciation de sa personne considérée comme machine productrice d'argent pour sa famille.

Un commerçant dira: "J'ai une assurance pour y pourvoir, et mon commerce en paie les primes". Cela est très bien; mais supposons que votre activité commerciale cesse longtemps avant votre mort. La machine humaine que vous êtes ne pourra pas être réparée; elle se traînera péniblement d'année en année, occasionnant de grandes dépenses sans que l'assurance puisse vous venir en aide.

Après un certain nombre d'années, la machine humaine subit une dépréciation marquée, chaque année. L'ambition s'en va, l'énergie fait défaut, l'efficacité du travail diminue.

Tous ceux d'entre nous qui ont atteint un certain âge s'en aperçoivent.

Cela signifie que nous devons remplir avec plus d'attention notre devoir envers notre famille — devoir qui consiste à pourvoir d'avance à toute éventualité, car la machine humaine devient de plus en plus sujette à faire défaut.

Est-ce à dire qu'un homme d'affaires devrait rester sous le harnais jusqu'au jour de sa mort?

Ne doit-il pas y avoir un moment dans la vie d'un homme où il peut se reposer un peu et jouir en paix du fruit d'un travail consciencieux? Un homme doit-il être tourmenté jusqu'à la tombe par les soucis et les responsabilités des affaires, sans prendre un peu de liberté? N'a-t-il pas droit à quelques années de repos, avant de disparaître, années pendant lesquelles il aura assez de loisirs et d'argent pour faire quelques-unes des choses qu'il a toujours désiré avoir le temps de faire?

Combien d'hommes, dans le commerce de l'épicerie, passent au sein de leur famille autant de temps qu'ils le devraient? La plupart d'entre eux travaillent d'arrache-pied à la même besogne fastidieuse, espérant toujours une époque qui n'arrive jamais.

L'année prochaine, disent-ils, j'aurai plus d'argent et plus de temps à moi — et c'est toujours l'année prochaine.

Pendant ce temps-là, le ressort de la vie se détend, l'appétit de jouir des plaisirs de la vie s'atrophie, la femme et les enfants apprennent souvent à se passer du chef de famille et celui-ci cesse d'être un facteur de leurs plans.

Le commerce d'un épicier devrait lui rapporter assez, chaque année, non seulement pour que son établissement continue à lui donner des profits, mais pour remplacer sa propre valeur, à mesure que celle-ci diminue; pour pourvoir à toute éventualité; pour lui procurer de l'argent et des loisirs raisonnables lui permettant de jouir des plaisirs de la famille pendant la période active de sa vie; pour lui donner au moins quelques années de liberté avant sa fin.

Le principal devoir de l'épicière est d'administrer ses affaires de manière à connaître ce que son commerce lui coûte et d'adopter des méthodes de vente lui permettant de pourvoir à toutes les choses importantes dont nous venons de parler.

Tous nos lecteurs admettront ces déclarations chacun dira qu'il essaie de faire exactement ce que nous disons.

Il est à espérer que tous y réussissent. Sinon, qu'ils étudient et soumettent à l'analyse leurs idées quant à ce qu'ils entendent par "prix raisonnables" et qu'ils comparent ces prix au coût des affaires, non pas au coût jugé par à peu près, mais au coût exprimé par des chiffres réels, aux faits brutaux révélés par l'emploi d'un bon système d'établissement du coût des affaires.

## LA VILLE DE FARNHAM

Nous accusons réception du rapport annuel de la ville de Farnham pour l'année finissant le 31 décembre 1910, et par lequel nous constatons que cette ville à maintenant une population de 3,400 habitants, une évaluation foncière de \$2,013,425.00, un actif de \$388,155.00 et un passif de \$161,282.61, ce qui laisse en surplus de l'actif sur le passif la somme de \$226,872.44.

M. A. E. Dartois est maire de cette ville depuis 1906 et depuis cette époque, la valeur de la propriété foncière a plus que doublé de valeur. Les finances de la ville ont été aussi graduellement améliorées, et nous pensons que M. Dartois doit être hautement félicité pour la manière sage et habile avec laquelle il a su administrer les affaires de la ville de Farnham.





# Success

MADE IN CANADA

## Faux-Col SUCCESS (Sa Qualité de Durée.)

Tout faux-col qui ne fait pas un bon usage est dispendieux.

Les faux-cols "Success" font un bon usage, parce qu'ils sont bien faits. Cela veut dire que ces faux-cols sont corrects quant à la grandeur et entièrement exacts.

Les faux-cols "Success" ne sont pas mis en forme en les forçant ou par une tension—(c'est ce qui use les faux-cols). C'est aux boutonnières que les faux-cols s'abiment le plus.

Les boutonnières des faux-cols "Success," sont comme celles d'un vêtement—forme œillet—l'ouverture est entourée de fil fort. Cet "œillet" ne se déchirera pas et ne cédera aucune-ment.

Voilà les **raisons pour lesquelles** les faux-cols "Success" durent plus longtemps que d'autres.

*The Canadian Converters Co. Limited.*  
*Montreal*

**COSTUME TAILLEUR.**

Genre nouveau. La jaquette boutonnée à l'épaule fait un effet de plastron. La jupe est fendue et montre une jupe de dessous simple en satin noir.



**UNSHRINKABLE**  
UNDERWEAR FOR MEN

## Nous sommes des spécialistes en Sous-Vêtements pour hommes,

et nous consacrons entièrement notre temps, notre pensée et notre énergie à la production des meilleurs articles dans cette ligne.

Cette règle de conduite nous procure l'appui des hommes difficiles pour leurs sous-vêtements—leur nombre est considérable et augmente toujours. Comme style, qualité et fini, nos marchandises répondent aux exigences des acheteurs les plus méticuleux.

Une politique semblable de concentration ne vous conviendrait-elle pas ? Au lieu de mettre en stock une variété de marques, pour lesquelles il faut que vous créiez une demande, pourquoi ne pas favoriser la marque pour laquelle la demande existe ? Les sous-vêtements de cette marque sont faits en toutes pesanteurs et grandeurs.

En vente dans toutes les maisons de gros.



## LE BON VENDEUR

On se demande souvent pourquoi des personnes employées depuis des années dans une même maison de commerce, n'obtiennent jamais d'avancement, tandis que, presque tous les ans, d'autres sont promus à un poste plus avancé. Il n'y a qu'une raison à cela, et elle est simple. Le premier manque d'initiative, tandis que l'autre met la sienne à profit. Nombre d'employés de magasins agissent comme s'ils devaient toujours croupir dans la même situation et ne font rien pour améliorer leur sort. Chose assez curieuse, ce sont presque toujours ceux-là qui réclament le plus souvent et qui voient à redire si un plus jeune qu'eux les devance dans l'es-

tion dans le magasin, donnez-vous la peine d'étudier le moyen d'y remédier et, quand votre plan est mûr, faites-en part au patron avec toute l'assurance qu'il peut vous inspirer. Rassemblez bien tous vos arguments, comme autant de pièces d'artillerie entre les mains d'un général d'armée chargé d'attaquer une place forte et, sans crainte, allez trouver votre employeur et faites-lui vos suggestions. Si elles ne sont pas acceptées du premier coup, ne soyez pas découragé, mais revenez à la charge autant de fois que vous en aurez d'autres à faire. Que ceux qui vous emploient reconnaissent que vous ne vous occupez pas seulement de vendre au client. Si votre première suggestion n'est pas acceptée, soyez assuré qu'il y a à cela des raisons majeures; mais si vos idées valent quelque



MODELE DE LOUISON.

Forme conque, Premier Empire, en serge de soie corbeau, garnie d'une bande de satin nuance bronze, large d'un pouce et d'un envollement de plumes d'autruche défrisées, s'étalant sur le dessus de la calotte. Une plume de 20 pouces défrisée, dont les nuances varient d'un bleu corbeau foncé à un vieil or brillant, sert encore d'ornement.

Dimensions: hauteur du cliapeau, 7 pouces; circonférence à la base, 34 pouces.

time des patrons. Il y a cependant un remède à cela, et c'est l'entraînement systématique.

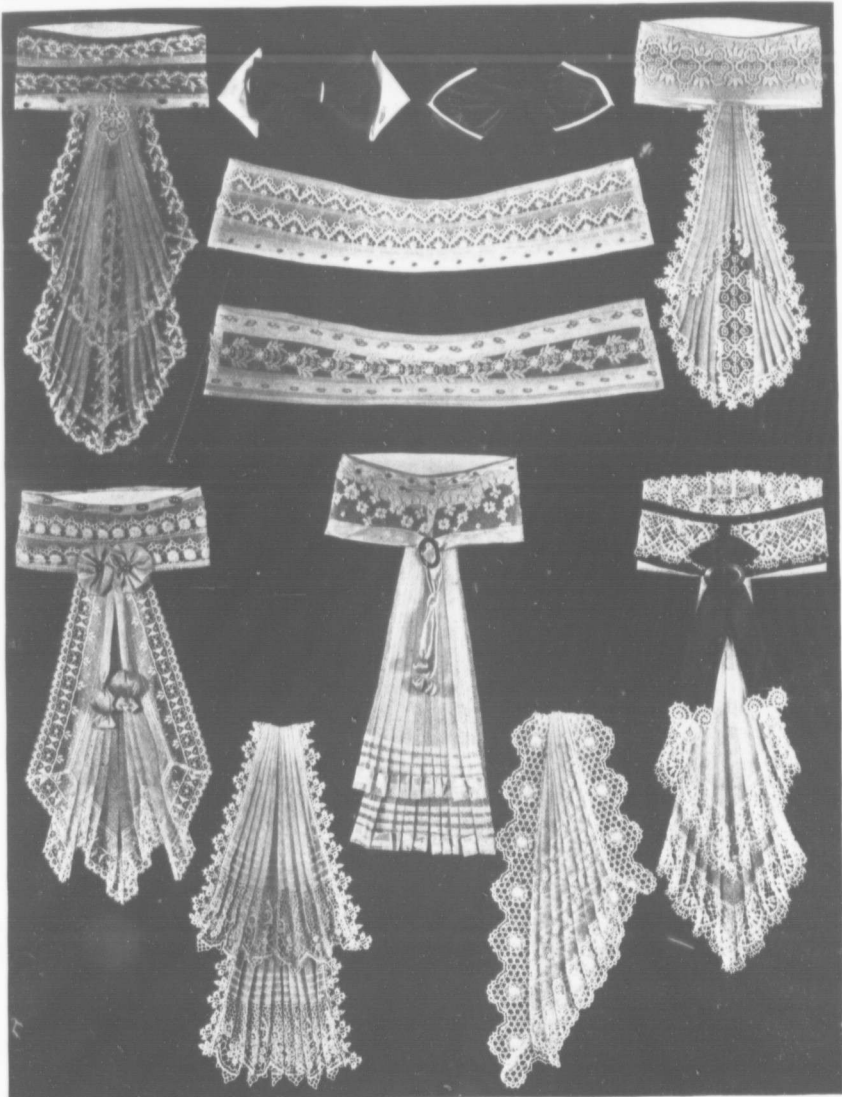
Il n'est pas nécessaire d'avoir été des années dans une maison pour en connaître les rouages et s'être aperçu des défauts d'organisation inhérents à toute institution humaine; il suffit pour cela d'avoir l'œil ouvert constamment et de ne s'être pas endormi dans cette quiétude des bons bourgeois d'autrefois. Quelle que soit la maison où vous soyez employé, vous y trouverez toujours des choses qui prêteront à quelque suggestion. Or, le patron soucieux du succès de son commerce, sera toujours heureux de vous entendre lui en faire quelques-unes. Lorsque vous avez constaté un vice d'organisa-

tion et si elles sont présentées de la manière convenable, vous ne tarderez pas à être reconnu pour un homme de trop de valeur pour que vos capacités soient ignorées. C'est une chose à laquelle tout vendeur devrait réfléchir, car l'expérience prouve que bon nombre se sont découragés et sont toujours restés au bas de l'échelle.

Il y a des milliers d'exemples que l'on pourrait citer ici, mais nous nous contenterons d'en citer un seul aujourd'hui, et nous sommes convaincus qu'il servira à plus d'un employé jusqu'ici resté dans l'ombre par sa crainte, à se placer sous son vrai jour.

L'employé dont il est question ici, avait été placé au dé-

A la tête du grand développement du Commerce des Articles de Cou.



**R. D. Fairbairn Co., Limited,**  
Président, Rhys D. Fairbairn.

**107 Rue Simcoe, Toronto.**  
Vice-Présidents, F. J. Knight, W. C. Cliff.

partement des gingham depuis une quinzaine de jours, lorsque le chef de la maison lui demanda de lui faire voir tous les grands carreaux. Ces gingham étaient marqués au prix coûtant et, cependant, ils ne se vendaient pas. L'employé suggéra au patron de les couper en longueur pour robes et blouses et de les placer sur un comptoir à part, en les marquant d'un prix spécial. Le patron les fit couper et, à sa grande surprise, une semaine après, ils étaient tous vendus.

Cette suggestion lui donna confiance en son employé et il lui en tint compte par la suite.

Il est aussi du devoir d'un employé de se tenir toujours à la disponibilité des clients et de ne jamais manquer une occasion de servir un client qui attend. Il doit aussi, autant que possible, apprendre le nom de ses clients. Lorsque les nouvelles marchandises arrivent, il doit les examiner et les étudier de façon à se familiariser avec les moindres différences qui peuvent se présenter, et qui sont d'un grand appoint pour réussir une vente. Lorsqu'un client connu visite le magasin, le commis habile doit attirer son attention sur les nouvelles marchandises tout en lui faisant remarquer qu'il n'est pas tenu d'acheter. Un commis connu pour n'avoir pas d'objections à faire voir la marchandise, fait toujours beaucoup plus de ventes que ses confrères et donne à son patron le bénéfice d'achats qui auraient pu passer à un autre magasin. Le plaisir qu'il semble prendre à étaler la marchandises fait que nombre de clients préfèrent être servis par lui, et cela n'échappe jamais à un chef de maison qui surveille de près ses intérêts.

D'autre part, l'employé ne doit jamais chercher à forcer un client à acheter une marchandise dont ce dernier n'a pas besoin, ou qu'il n'aime pas, car il s'expose à ce que cet acheteur ne revienne jamais.

Mais il doit cependant s'efforcer de ne jamais laisser partir son acheteur avant d'avoir tout essayé pour lui trouver ce qu'il était venu acheter, ou l'équivalent. Il arrive souvent, aussi, que des clients de passage entrent au magasin sans savoir exactement ce qu'ils veulent; vous-même, vous n'êtes pas certain qu'ils prendraient l'article s'ils le voyaient. Ne vous énervez pas; déposez toute la marchandise du magasin sans faire voir votre mauvaise humeur, et vous pouvez être certain que vous arriverez à tomber sur une pièce qui attirera leur attention, tant par la couleur que par la qualité.

Employez surtout les méthodes progressives et étudiez sans cesse les différentes idées qui vous viennent lorsque vous n'avez rien à faire, et vous pouvez être assuré que vous finirez par attirer l'œil de votre chef de magasin; vous pourrez alors compter un jour sur une promotion que vous aurez bien gagnée.

Celui qui compte les heures n'arrivera jamais. Au contraire, l'employé qui donne son temps libéralement en sera toujours récompensé. Quand vous le croyez absent, le patron vous surveille sans que vous le sachiez et vous juge à votre mérite. On entend souvent dire que, de nos jours, on n'obtient rien sans le demander. C'est une grave erreur; nous connaissons des employés de longue date dans certaines maisons de commerce qui n'ont jamais été dans l'obligation de demander une augmentation de salaire; cette augmentation est toujours venue à temps. Plus vous aurez fait preuve de valeur, et plus votre employeur sera enchanté de vous payer un salaire approprié à ce que vous faites pour lui.

Quoi que vous fassiez, ayez toujours ces trois principes en vue: premièrement, la résolution d'avancer; deuxièmement, l'esprit en éveil pour toutes les idées modernes et, troisièmement, la franchise dans tout ce que vous faites et envers tout le monde.

## LA CULTURE DU COTON EN ALGERIE.

L'inauguration du premier moulin à huile de coton fonctionnant en Algérie vient d'avoir lieu à Orleanville. Ce moulin a été installé par la Société coopérative cotonnière d'Orleanville, présidée par M. Brunel, délégué financier. M. Lutaud, gouverneur général, s'est rendu à Orleanville, avec un grand nombre de délégués financiers, pour assister à cette inauguration, qui constitue un événement capital pour l'Algérie. Il est en effet l'une des conséquences les plus heureuses du développement progressif de la culture cotonnière au cours de ces dernières années.

Depuis la fin de la guerre de Sécession, où la culture du coton avait été encouragée par des primes gouvernementales, cette culture avait été abandonnée en Algérie. Depuis quelques années, elle avait été tentée avec le plus grand des succès dans la plaine du Chélif par M. Robert, président du conseil général d'Alger, délégué financier d'Orleanville. M. Robert fut tué en duel l'an dernier, au cours de la période électorale législative, par son concurrent. Il était à craindre que cette mort tragique n'interrompît l'œuvre commencée. Elle fut reprise par M. Brunel, propriétaire de grandes terres dans la plaine de Chélif.

Contrairement à ce que certains journaux avaient annoncé, la culture du coton en Algérie réussit à merveille. Elle donne des résultats inespérés.

En Amérique, l'organe officiel, "The Cotton Plant," accense, pour une période de vingt ans, un bénéfice moyen à l'hectare de 120 francs (\$9,72 par acre). En Egypte, les appréciations des meilleurs auteurs fixent le bénéfice revenant au cultivateur à une somme variant de 95 à 110 francs à l'hectare (\$7,69 à \$8,87 à l'acre). Or, dans la plus mauvaise année, les colons du Chélif ont eu un bénéfice variant de 340 à 770 francs à l'hectare (\$28,34 à \$62,34 à l'acre). En 1909, ces résultats dépassèrent toutes les prévisions. Le bénéfice net varia, à Orleanville, de 876 à 2,000 francs par hectare (\$70,93 à \$161,94 par acre).

Aussi cette année, bien près de 1,200 hectares (2,964 acres) sont-ils ensemencés ou reçepés dans cette seule région. Rappelons qu'à Orleanville cette culture a lieu uniquement en terres irrigables et avec le plant Mitafifi, usité en Egypte. A Philippeville, on fait des essais aussi heureux en terrain sec avec le plant Mississippi.

## UNE MAISON DE MANTEAUX OUVRE UN BUREAU A MONTREAL.

Afin de faciliter beaucoup leurs affaires dans la ville de Montréal, MM. Pullan & Sons ont ouvert un bureau permanent dans l'édifice Lindsay, chambre 207, où ils tiendront un assortiment complet d'échantillons; de nouvelles lignes de nouveautés y seront ajoutées de temps en temps.

Une spécialité de ce bureau sera l'exécution des "ordres spéciaux", car des arrangements ont été faits pour leur livraison dans l'espace de trois jours, s'il est nécessaire. Afin de mettre leurs vêtements au même niveau que ceux des manufacturiers de Montréal, les frais d'express seront payés d'avance sur toutes les marchandises expédiées à Montréal. Un téléphone a été installé dans ce bureau, et on répondra immédiatement à toute demande d'échantillons ou de renseignements.

La maison M. Pullan & Sons a fait des affaires considérables par correspondance dans la province de Québec, et si des ordres sont envoyés en français ou en anglais au bureau de Montréal, les marchands peuvent être assurés que l'attention la plus soignée leur sera accordée et que ces commandes seront expédiées promptement.

Un beau catalogue illustré a été publié. Tout marchand qui n'en a pas encore reçu d'exemplaire, peut en obtenir un en écrivant au bureau de Montréal.

# PRÊTS

## POUR LIVRAISON IMMÉDIATE

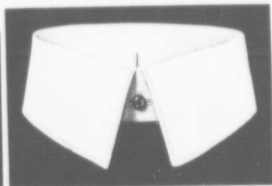


### Wingate

Col idéal pour l'été.

Fait à la dernière mode,  
frais et confortable en  
toutes saisons.

Fait en quarts  
de grandeurs,  
de 13 à 18.



### Empire

C'est un col pour le temps  
chaud, mais qui plai-  
ra aux messieurs au  
goût difficile.

Il est bas en avant, avec  
pointes longues, ce qui  
lui donne l'apparence  
d'un col haut.

Fait seulement  
dans les grandeurs  
14 à 18.



### Clinton

Col pratique pour le  
temps chaud. Frais et  
confortable le vrai col  
pour les affaires ou  
les parties de plaisir.

Fait en quarts  
de grandeurs,  
de 13 à 18.

Manufactures à Berlin et Hanover, Ont.



**THE WILLIAMS, GREENE & ROME COMPANY, LIMITED,**  
**BERLIN, ONTARIO.**

## VESTON SAC DROIT A TROIS BOUTONS.

Le costume représenté par notre gravure est en cheviotte de fantaisie. La longueur du veston pour un homme de stature moyenne (5 pieds 8 pouces) est de 30 pouces. La poitrine est bombée; le veston dessine la taille. Les épaules étroites ont un fini naturel. La gorge est de profondeur moyenne. Les revers sont à demi en pointe et modérément arrondis; ils mesurent 2 pouces à l'entaille et 9 1/2 pouces jusqu'au premier bouton. Le collet mesure 13 1/2 pouce à l'entaille et 11 1/2 pouce en arrière. Les poches inférieures ont des pattes qui peuvent être rentrées ou sorties; la poche extérieure de poitrine est faite par une bande. Il y a une fente centrale en arrière. Les bords ont une double pipure de 1/4 pouce et les coutures sont unies. Les manches sont finies par une fente ouverte et trois boutons.

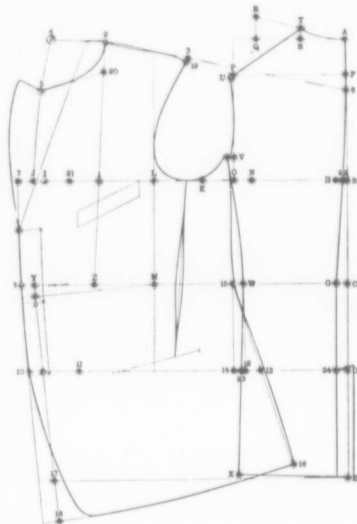


Le gilet droit, sans collet, mesure 11 1/2 pouces jusqu'à l'ouverture et 26 1/2 pouces comme longueur totale. Le devant est fermé par six boutons et le bas est modérément incliné; les pointes sont coupées.

Le pantalon est ample sur les hanches et les cuisses et dessine la jambe à partir du genou jusqu'en bas; il mesure 19 pouces au genou et 16 pouces en bas.

Les mesures sont les suivantes:

|                      |        |         |
|----------------------|--------|---------|
| Mesure à l'aisselle  | 19 1/2 | pouces. |
| Longueur à la taille | 37     | "       |
| Longueur totale      | 30 1/2 | "       |
| 1ère mesure d'épaule | 42 1/2 | "       |
| 2ème mesure d'épaule | 47 1/4 | "       |
| Mesure d'omoplate    | 13     | "       |
| Poitrine             | 38     | "       |
| Taille               | 34     | "       |
| Hanches              | 40     | "       |



Au point A, menez deux lignes à angle droit. De A à B, mesure à l'aisselle plus 1/2 pouce; de A à C, longueur à la taille; de C à D, 6 pouces; de A à E, longueur totale; de B à C, 1/2 de la mesure de poitrine; de C à E, 1 pouce; aux points F, B, C, D et E, menez des perpendiculaires à la ligne AE.

De C à G, 1/4 pouce; formez le centre du dos, de C à Q et abaissez la perpendiculaire; de 22 à H, 1/2 pouce; de H à 21, 1/2 de la mesure de poitrine; de 21 à I, 13 1/2 pouces; de I à J, 3/4 pouce; le point K est à mi-distance entre H et 21; de K à L, 3 1/2 pouces; au point L, élevez et abaissez la perpendiculaire.

Le point N est à mi-distance entre 22 et I; de N à O, 1 pouce; au point O, élevez la perpendiculaire; de O à V, 1/2 de la mesure de poitrine; le point W est à mi-distance entre G et M; abaissez la perpendiculaire W-12; de 12 à 23, 1/4 pouce.

Tirez la ligne W-23; de A à Q, 6 1/4 pouces; de Q à R, 1 1/2 pouce; tirez la ligne AR; de A à S, 1/6 de la mesure de poitrine; élevez la perpendiculaire ST; tirez la ligne TP et formez le dos.

De M à Y, 1/5 de la taille; de Y à 9, 1/4 pouce; placez l'équerre suivant les points M et 9 et abaissez la perpendiculaire; de 17 à 18, 1/2 pouce de moins que le 1/6 de la mesure de poitrine; le point Z est à mi-distance entre M et Y; le point 1 est à mi-distance entre L et I.

Tirez la ligne Z-1-2; de A à T et de L à 2, première me





**Quand Vous Achetez**  
 DES  
**Sous-Vêtements**

**ZIMMERKNIT**

Vous choisissez une marque connue dans le Canada tout entier. Les sous-vêtements de cette marque sont faits par des experts dans la manufacture la plus moderne qui puisse être établie.

**LA ZIMMERMAN MANUFACTURING COMPANY**

se SPÉCIALISE dans les produits suivants :

1. BALBRIGGAN DE LA BONNE VIEILLE FAÇON, en complets de 2 morceaux et en combinaisons. Toutes les couleurs et tous les prix.
2. POROUS-KNIT, faits par une machinerie spéciale, contrôlée et employée exclusivement au Canada par la Manufacture Zimmerman.
3. LISLE. Magnifiques vêtements tenant frais pour l'homme qui désire la qualité.
4. SILKETTE. Les meilleurs sous-vêtements qui existent. Ils sont tenus en stock tout le long de l'année, dans les meilleurs magasins de détail, pour l'homme qui ne veut pas porter de laine.
5. INTERLOCK-VELVET-RIB. Insistez pour que votre marchand de gros vous montre nos nouveaux sous-vêtements à côtes. Tissé le plus nouveau sur le marché. En nuance égyptienne et en blanc.
6. JERSEYS D'EXTÉRIEUR. Le marchand avisé placera sûrement son ordre en temps voulu pour ces Jerseys populaires pour le printemps 1912.
7. COSTUMES DE BAIN. Le Zimmerknit et les costumes en deux morceaux, couleur bleu marine, sont les lignes populaires.

**EN VENTE DANS LES MAGASINS DE GROS**

**AGENTS**

E. H. WALSH & CO., Montréal, Winnipeg et St. John.  
 W. R. BEGG, Toronto, A. R. McFARLANE, Vancouver.

THE KNIT UNDERWEAR  
 TRADE MARK  
**ZIMMERKNIT**  
 FOR THE BEST RETAIL PRICE

# DOMINION TEXTILE CO., LIMITED

## NOUVEL ASSORTIMENT Printemps 1912

**Valeurs Exceptionnelles**      **Dessins Magnifiques**  
**Nuances les plus Nouvelles**

- ¶ Pourquoi Importer des indiennes, quand vous pouvez acheter de meilleures marchandises dans le pays, à prix moindres, et obtenir de prompts livraisons.
- ¶ Ne manquez pas de demander à votre fournisseur de vous montrer les principales lignes Dominion Textile, c'est-à-dire :

No. 4 Indienne à 7<sup>3</sup>/<sub>4</sub>c.

No. 6 Indienne à 10c.

Steel & Clad Galatea

A. A. Duck.

- ¶ Dans toutes les nuances et tous les dessins.



sur l'épaule plus 1 pouce; tirez la ligne 2-6; de 2 à 3, 3/8 pouce de moins que de T à U; de 3 à 10, 3/8 pouce; formez l'épaule et l'emmanchure.

Au point 2, menez la perpendiculaire à la ligne Z-1; de 2 à 4, 1/6 de la mesure de poitrine, plus 1/2 pouce; menez une ligne arrondie de 4 à J; de 4 à 5, 1/6 de la mesure de poitrine, plus 1/4 pouce; de 2 à 20, 1/8 de la mesure de poitrine, moins 1/4 pouce; tirez la ligne 20-5 et formez la gorge.

De 5 à 7, 1/4 pouce; de Y à 8, 1 pouce; formez le bord du devant; de 10 à 11, 3/2 pouces; de 23 à 24 et de 11 à 13, mesure du siège; de 13 à 14, 2 pouces; élevez la perpendiculaire 14-15; tirez la ligne 15-13 et formez le côté du devant.

De 15 à 16, même distance que de W à X. Formez le bord du devant; entaillez de 1/2 pouce sous l'emmanchure et finissez.

**MORT D'UN VOYAGEUR DE COMMERCE.**

M. James Clouston, voyageur pour la maison de nouveautés John McDonald & Co., de Toronto, s'est noyé dernièrement dans le lac Simcoe. Il était en villégiature à Jackson's Point, Ontario. Se baignant dans le lac, il nageait à une assez grande distance de la rive, quand d'autres baigneurs le voyant se débattre, se portèrent à son secours; mais M. Clouston venait de couler. Il fut cependant ramené sur la rive, où tous les efforts faits pour le rappeler à la vie restèrent infructueux. Il est probable qu'il a succombé à une syncope du cœur.

**L'EXPOSITION NATIONALE CANADIENNE**

Cette Exposition aura lieu à Toronto, du 26 août au 11 septembre prochains.

Les Directeurs n'ont rien négligé pour que l'Exposition de cette année soit encore plus grandiose que ses devancières.

Plusieurs bâties nouvelles ont été ajoutées, et des améliorations considérables ont été faites sur le terrain.

Une des attractions principales est la Fontaine Goodram, unique en son genre sur le continent américain.

L'illumination sera aussi rendue des plus attrayantes par l'introduction du système Hydro-Electrique.

**PENMANS, LIMITED.**

La compagnie Penmans, Limited, a publié un catalogue magnifiquement illustré de ses Sweater-Coats. Les belles gravures qui représentent les produits de cette compagnie sont des photographies réelles, de sorte qu'en faisant une commande d'après ce catalogue, le marchand est sûr de recevoir des marchandises identiques à celles qui y sont représentées. Les photographies en question sont celles de onze modèles divers de sweater-coats pour femmes, quatre modèles pour enfants (filles et garçons) et trois modèles pour hommes. Le catalogue contient en outre une planche des couleurs, au nombre de quinze, employées par la compagnie dans la confection de ses sweaters et sweater-coats. Nous engageons tous nos lecteurs à se procurer ce beau catalogue. Ils y trouveront la description de chaque illustration avec les grandeurs dans lesquelles ces vêtements sont faits.

Tout le monde connaît la marque Pen-Angle dont la réputation est bien établie. Les vêtements et sous-vêtements de cette marque sont produits dans une grande manufacture bien éclairée et aérée et dans les conditions les plus sanitaires.

La laine employée est la plus fine que l'on puisse se procurer en Australie et en Angleterre. Elle est entièrement filée dans la filature de la compagnie, puis tricotée par une machinerie actionnée à la main et mécaniquement, la plus perfectionnée qui existe. Les vêtements sont ensuite taillés par des coupeurs expérimentés et finis par des mains habiles.

La compagnie Penmans Limited, outre les modèles représentés dans son catalogue, en manufacture un grand nombre d'autres de qualités diverses et de prix variés. Les marchands avisés ont toujours en stock la ligne Pen-Angle.

**PARDESSUS RAGLAN.**

L'étoffe représentée par notre gravure est une chevotette brune. La longueur du pardessus pour un homme de stature moyenne (5 pieds 8 pouces) est de 46 pouces. Le dos est coupé dans le genre box très ample. La gorge est de profondeur moyenne. Les revers sont à demi en pointe et mesurent 2 pouces à l'entaille et 10 pouces jusqu'au premier bouton. Le collet, de la même étoffe, mesure 1 1/2 pouce à l'entaille et 2 pouces en arrière. Les poches inférieures ont des pattes qui peuvent être rentrées ou sorties. Les bords ont une double pique de 3/4 pouce et les coutures sont à recouvrement et piquées de la même manière. Les manches ont une couture centrale dans toute leur longueur et sont finies par une manchette retournée.

La coupe se fait en proportion des mesures ci-dessous: Hauteur ..... 5 pieds 7 pouces. Poitrine ..... 30 pouces.



Au point A, menez deux lignes à angle droit. De A à L, 1/2 de la poitrine, plus 3/2 pouces; de B à C, 1/4 pouce; de A à

B,  $\frac{1}{4}$  de la hauteur, plus  $\frac{3}{4}$  pouce; de A à E, longueur totale, 40 pouces dans ce cas; de B à F,  $\frac{1}{2}$  de la poitrine, plus  $\frac{1}{2}$  pouce; aux points F, B, C, D et E, menez des perpendiculaires à la ligne AE.

De D à G,  $\frac{1}{2}$  pouce; tirez la ligne FG, qui détermine le point I; de I à J,  $\frac{1}{4}$  pouce; de J à K,  $\frac{1}{2}$  de la poitrine; de K à L,  $\frac{1}{4}$  pouce; de L à M,  $\frac{3}{4}$  pouce; au point M, élevez et abaissez la perpendiculaire; le point N est à mi-distance entre J et K; de N à P,  $3\frac{1}{2}$  pouces; au point P, élevez et abaissez la perpendiculaire.

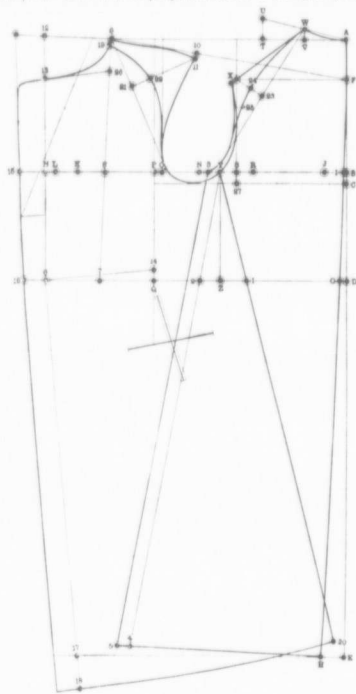
De P à Q,  $\frac{1}{2}$  pouce; le point R est à mi-distance entre I et Q; de R à S,  $\frac{1}{4}$  pouce; au point S, élevez la perpendiculaire; de S à V,  $\frac{1}{4}$  pouce; au point V, abaissez la perpendiculaire YZ; de Z à 2,  $1\frac{1}{2}$  pouce; de 2 à 1,  $3\frac{1}{2}$  pouces.

Tirez les lignes Y-2-4 et Y-1-20; de A à T,  $6\frac{3}{8}$  pouces; de T à U,  $1\frac{1}{2}$  pouce; tirez la ligne AU; de A à V,  $\frac{1}{6}$  de la poitrine; élevez la perpendiculaire VW; tirez la ligne WX et terminez le dos.

De Q à 14,  $\frac{3}{4}$  pouce; tirez la ligne 14-C et abaissez la perpendiculaire au point C; le point 7 est à mi-distance entre Q et 6; le point 8 est à mi-distance entre P et L; tirez la ligne 7-8-9.

De A à W et de P à 9,  $\frac{1}{4}$  de la poitrine plus  $4\frac{1}{4}$  pouces, soit 14 pouces; tirez la ligne 9-F; de 9 à 10,  $\frac{3}{8}$  pouce de moins que de W à X; de 10 à 11,  $\frac{3}{8}$  pouce; formez l'épau et l'emmanchure.

Au point 9, menez la perpendiculaire à la ligne 7-8; on



obtient ainsi le point 12; de 12 à 13,  $\frac{1}{6}$  de la poitrine; de 9 à 26,  $\frac{1}{4}$  de la poitrine; tirez la ligne 26-13 et formez la gorge;

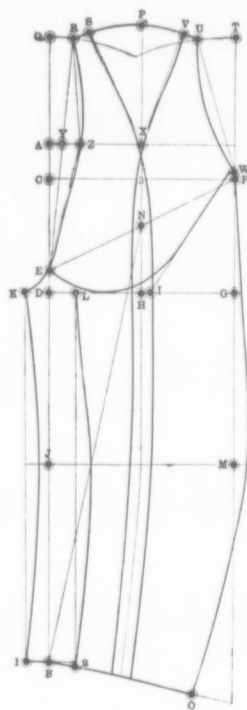
de M à 15,  $2\frac{1}{8}$  pouces; de 6 à 16, 2 pouces; au point 16 menez la perpendiculaire à la ligne 14-6 et formez le bord du devant.

De 17 à 18,  $\frac{1}{2}$  pouce de moins que  $\frac{1}{6}$  de la poitrine; de Y à 20, même distance que de Y à 4; formez le bas du devant.

De Y à 3 et de 4 à 5, ajoutez  $1\frac{1}{4}$  pouce et reformez le dos. Mesurez la circonférence de l'emmanchure, suivant les points 11, O, Y et X. L'entaille d'avant est à 1 pouce au-dessus de la ligne inférieure de poitrine. Appiquez la demi-mesure d'emmanchure à partir de l'entaille d'avant en passant par Y jusqu'au point 25 et faites l'entaille d'arrière au point 25.

Tirez les lignes droites WY et O-9 sur le devant. Placez l'équerre au point 23 jusqu'à ce que l'angle droit touche le point X; de 23 à 24, 1 pouce; placez l'équerre suivant la ligne 1-9 jusqu'à ce que l'angle droit touche le point 11. De 21 à 22,  $\frac{1}{2}$  pouce; de 9 à 19,  $\frac{1}{2}$  pouce; formez les parties avant et arrière, tel qu'indiqué.

#### Manche.



Menez deux lignes à angle droit en un point A. De A à C,  $\frac{1}{12}$  de l'emmanchure; de C à D, même distance que de l'entaille arrière 25 au point 27; de D à E, toujours 1 pouce; aux points C et D, menez des perpendiculaires à la ligne AB; de D à B, longueur de la manche.

De E à F,  $\frac{1}{2}$  de l'emmanchure; au point F, abaissez la perpendiculaire FG; le point H est à mi-distance entre G et D; au point H élevez la perpendiculaire; de H à I,  $\frac{1}{2}$  pouce;



## JOHN M. GARLAND, SON & Co.

**Nouveautés en Gros,  
Merceries pour Hom-  
mes et pour Fem-  
mes, Articles de  
Tablette, Tapis  
et Lainages.**

**Angle des rues Queen et Oconnor,  
OTTAWA, Canada.**

Seuls agents canadiens pour les  
serges **Airedale.**

Salles d'échantillons à  
**Québec, Sherbrooke,  
North Bay, Winnipeg.**

¶ Nous prétendons avoir le stock le mieux assorti au Canada. Si vous êtes à la recherche d'un article que vous savez être nouveau, écrivez-nous ou voyez notre voyageur. Si vous recherchez des marchandises rares, écrivez-nous ou voyez notre voyageur.

# Ouverture des Modes,

Automne 1911,

**Lundi 28 Août**  
et jours suivants.

¶ Notre exhibition des Chapeaux-Modèles et des Nouveautés Parisiennes sera la plus importante et la plus attrayante que nous ayons jamais faite.

¶ Nous invitons cordialement les commerçants à venir examiner ces articles.

**G. GOULDING & SONS,  
MONTRÉAL,  
230 rue McGill.**

TORONTO, WINNIPEG,  
55 rue Wellington Ouest. 61 rue Albert.

de F à Q, 1 pouce de plus que de O à 9 sur le devant du pardessus.

De G à T, même distance que de 27 à W sur le dos en ligne droite; à partir de T décrivez une courbe ayant le point G comme centre; au point Q, décrivez une courbe ayant le point E comme centre; de X à P,  $\frac{1}{2}$  pouce de moins que la largeur la plus étroite de l'épaule.

Au point P, décrivez une courbe ayant le point 3 comme centre; le point R se trouve à l'intersection des deux courbes; tirez la ligne REY; de Y à Z, 1 pouce; tirez les lignes RZ et ZE; le point U se trouve à l'intersection de la courbe arrière.

De C à W,  $\frac{3}{4}$  pouce de moins que de W à 25 sur le dos. Tirez la ligne UW et creusez de  $\frac{1}{2}$  pouce entre U et W; de U à V,  $\frac{1}{4}$  pouce; de R à S, même distance; tirez les lignes VX et SX. Formez la manche, tel qu'indiqué.

Ajoutez  $\frac{1}{2}$  à  $\frac{3}{4}$  pouce à chaque partie du dessus de la manche, de manière à lui donner une apparence arrondie; placez l'équerre suivant les points N et B, et menez la perpendiculaire jusqu'à O. De B à O, largeur de la manche à volonté, plus 1 pouce pour les coutures; le point J est à mi-distance entre E et B; menez une perpendiculaire en J; ajoutez  $\frac{1}{4}$  pouce en arrondissant en M et creusez le devant de la manche de  $\frac{1}{4}$  pouce, tel qu'indiqué, puis finissez.

MM. K. Harvey et W. Barrowclough, qui occupaient respectivement les positions de gerant et secrétaire-trésorier de la Oxford Knitting Company, Woodstock, Ont., ont quitté cette firme et ont formé une compagnie à Woodstock sous la raison sociale de Ken-Knit Company.

Ces messieurs ont lancé les "Sous-Vêtements Oxford" renommés.

## LA PUBLICITE A LA CAMPAGNE. — LES TAUX DE PUBLICITE DANS LES JOURNAUX, ET COMMENT FAIRE SES ANNONCES

Quelques marchands de la campagne nous ont demandé dernièrement quelques conseils sur la façon la plus profitable d'annoncer leurs marchandises et les taux chargés par les journaux à grand tirage. Nous leur donnons, cette semaine, une échelle des prix réguliers et quelques suggestions sur la façon d'employer l'espace.

Les journaux des petites villes mesurent l'espace au pouce plutôt qu'à la ligne, comme dans les grandes villes. Certains éditeurs n'exigent rien en plus quand la même copie sert, pour deux ou trois insertions; mais lorsque la copie change quotidiennement, ou tous les deux jours, ils sont obligés de charger en conséquence pour couvrir les frais de composition.

Les journaux quotidiens qui ont une circulation de 5,000, calculent l'espace à 3 cents le pouce par mille; au-dessus de 5,000, au taux de 2 cents le pouce par mille; ces prix sont plutôt pour la publicité extérieure et les marchands peuvent s'assurer de bien meilleurs termes.

Les taux ordinaires pour les quotidiens de la campagne, sont comme suit:

|                                            |
|--------------------------------------------|
| Circulation 2,000, 10 cents le pouce.      |
| " 2,000 à 5,000, 18 cents le pouce.        |
| " 5,000 à 10,000, 22 à 25 cents le pouce   |
| " 10,000 à 20,000, 42 à 45 cents le pouce. |

Le taux le plus bas est généralement basé sur un total de 20,000.

Lorsque l'éditeur permet trois insertions sans charge

Intéressez-vous à quelque chose et cela dès aujourd'hui. Trop d'hommes s'intéressent au passé et à l'avenir, et ne font qu'accumuler des regrets.

## La Qualité des Formes à Etalage

est tout aussi essentielle que la qualité des marchandises que vous vendez.

Nous sommes les premiers producteurs de cette Forme au Canada.

Elle présente deux caractères distinctifs: la partie supérieure est finie en émail de couleur chair; la forme est aussi munie d'une Ceinture couverte de velours et pouvant s'ajuster.

Elle ne peut pas être surpassée pour la montre des Blouses de haute catégorie.

**PRIX. \$4.50**

Manufacturée par

**Dale & Pearsall,**

Fabricants des Figures en Cire

des Formes à Étalages de haute Catégorie de la Marque D. & P.

106 Rue FRONT EST,

TORONTO.

Représentant pour la Province de Québec:

**NAP. DEBIGARE,**

84 rue du Pont, - Québec.

Le catalogue A sera prêt sous peu.

Demandez en immédiatement un exemplaire.



extra, le marchand qui désire changer la forme de son annonce, peut la faire composer sous trois formes et les publier chacune à leur tour; de cette façon il les répète tous les trois jours.

Lorsqu'un magasin est ouvert deux soirs de la semaine, les ventes des deux mêmes jours sont les plus considérables de la semaine. Ces deux jours-là, on devrait s'assurer plus d'espace, surtout le vendredi. Certains journaux de la campagne publient une édition du dimanche. Or, comme les gens ont peu de temps à lire les journaux avant de partir le lundi, il convient de ne pas prendre trop d'espace dans le numéro du lundi. Nous conseillons l'emploi des journaux quotidiens du soir des petites villes, car leur circulation est généralement grande. Les ouvriers et leurs familles n'ont que leurs soirées pour lire les journaux, de sorte qu'ils lisent de préférence les journaux du soir.

C'est le samedi, particulièrement, que les hommes font leurs achats. Dans les villes manufacturières, c'est l'habitude de faire les emplettes en famille le samedi; c'est donc ce jour-là qu'il convient de publier sa plus grande annonce.

Au milieu de la semaine, lorsque le marchand veut accélérer la vente de marchandises peu actives, c'est le moment d'offrir des occasions ou bargains. Par conséquent, il devra amplifier son annonce et consacrer plus d'espace que d'habitude, en proportion de l'importance qu'il donne aux occasions offertes. Une grande annonce, de la bonne matière à lire et de véritables occasions forment une combinaison qui amènera toujours la foule les jours de mi-semaine; sans ces trois aides, les magasins sont presque toujours déserts.

Un jour de pluie est généralement considéré comme un jour de perte pour un magasin de marchandises sèches. Donc, il faut surveiller de près les bulletins météorologiques et, lorsqu'ils annoncent de l'orage, c'est le temps de réduire l'annonce en conséquence. Un marchand devrait toujours avoir prête une annonce concernant les accessoires contre la pluie, et l'insérer quand la température s'y prête. Avec le système blanchet il est toujours facile re téléphoner un journal, de contremander l'annonce que l'on avait commandée en prévision du beau temps et de faire insérer celle préparée pour les jours de pluie. Le système blanchet est très

## Carrés et Mats Axminster.

La maison bien connue Herm Patz Oelsnitz (Saxe) tient maintenant un stock au Canada. Echantillons soumis avec plaisir.

### OTTO T. E. VEIT,

64 rue Wellington Ouest, TORONTO.

Salles d'exhibition, 726 Edifice Empire.

# OUATE

## EN PAQUETS

Garantie exempte de fils et autres matières étrangères inertes.

OUATE DE COTON :

"NORTH STAR,"

"CRESCENT,"

"PEARL."

La qualité, pour cette saison, est encore meilleure que jamais. C'est la meilleure pour le prix fabriqué avec du bon coton pur-cas de déchets. Demandez la Ouate en paquets "North Star," "Crescent," et "Pearl."

**ROBERT HENDERSON & CO.,**  
MONTREAL.

**JAMES STANBURY & CO.,** -- Toronto.

Agents de Vente.

*Lisez*

182 rue Lafayette, Paris (1<sup>er</sup>) Téléphone 445-21

MODE COUTURE

## La Confection Française

JOURNAL OFFICIEL DE L'HABILLEMENT  
EN GÉNÉRAL

**BULLETIN COMMERCIAL DE LA  
MERCIERIE, CHEMISERIE, LINGERIE  
NOUVEAUTES ETC.**

**ABONNEMENTS**  
France 6 fr. (par an)  
Union Postale 10 fr.  
Le numéro 80 centimes

**REDACTION ET ADMINISTRATION**  
182, rue Lafayette  
C. Bureau, 10, Bd de Beaumarchais  
PARIS (3<sup>e</sup>). Téléphone 445-21

"LA CONFECTION FRANÇAISE" est l'organe de publicité de premier ordre touchant le commerce de gros, de détail et d'exportation. Pour tous renseignements concernant le régime, s'adresser à la Secrétaire Générale de Publication "LA REVUE UNIVERSELLE", 182, rue Lafayette, Paris. Directeur général : W. K. KAROLUSKI. C'est le plus important Maison de France pour la Publicité dans les journaux industriels, techniques et corporatifs.



La Maison des Spécialités en  
Manteaux pour Enfants et  
Jeunes Filles.

LA  
**HUTNER CLOAK**  
COMPANY.

On peut voir dans nos salles d'exposition, un assortiment sans égal de Serges, Friezes, Beavers, Caraculs, Tweeds, Draps Pilot & Polo.

Nous attirons votre attention sur le fait que cette ligne est notre spécialité depuis des années.

Notre personnel est parfaitement compétent.

Cette connaissance complète de **Notre Spécialité** a pour résultat une qualité de main-d'oeuvre facilement apparente dans nos vêtements.

Il vous sera profitable de visiter notre établissement et de voir par vous-même que la marque "**Fairsex**" signifie toujours **Élégance, Mérite et Valeur.**

Si vous allez à l'exposition de Toronto, n'oubliez pas de visiter nos magasins et de voir par vous-même nos offres attrayantes pour la nouvelle saison.

**THE HUTNER CLOAK COMPANY.**  
KING & SPADINA  
TORONTO.

Bureau à Montréal : W. A. Dennison,  
563 rue Ste-Catherine Ouest.

commode pour les annonces de saison et pour les fêtes. Quand au meilleur usage à faire de son espace, l'homme d'affaires doit compter beaucoup sur son agent de publicité. La bonne matière à lire, la bonne occasion et la bonne installation ajouteront beaucoup au pouvoir d'attraction.

Ce n'est pas toujours la plus grande annonce qui fera vendre le plus de marchandises. Beaucoup de lecteurs s'attendent à une annonce d'une page entière et en l'iront avec plaisir une petite, rencontrée dans une colonne de matière à lire, même si la nouvelle est courte en comparaison de l'annonce. Une annonce de six colonnes, entourée de matière à lire, attirera plus d'attention qu'une annonce d'une page entière.

Si l'éditeur refuse de briser une page avec une colonne de matière à lire à côté de l'annonce, l'annonceur peut s'assurer le privilège de la matière à lire en insérant une colonne de nouvelles de magasin avec titres semblables à ceux qu'on emploie pour la nouvelle, et qui ne devraient pas indiquer que la colonne est de l'annonce payée. Dans tous les magasins, si se produit des incidents qui, bien écrits dans le sens de la nouvelle ordinaire, trouveront toujours des lecteurs. C'est de bonne politique que de publier de temps à autre une colonne de nouvelles de magasin, avec titre et caractère ressemblant à ceux de la matière à lire ordinaire, si l'éditeur le permet.

Une autre bonne méthode pour bien employer l'espace, c'est de distribuer dans le journal, différentes annonces pour chaque article, surtout lorsqu'on désire un endroit préféré pour un article en particulier. Une annonce de mercerie pour hommes est plus susceptible d'être lue si elle est insérée dans la page des nouvelles sportives; il en est de même si l'on annonce des ustensiles de cuisine près de la colonne des formules culinaires.

Il est certain qu'un bon annonceur pour un magasin peut gagner son salaire plusieurs fois, s'il sait acheter l'espace économiquement et s'en servir avec discernement.

#### LA SITUATION DE LA MANUFACTURE DU COTON DANS LE MONDE.

M. Arno Schmidt, secrétaire de l'Association Internationale des Maîtres Filateurs de Coton et de l'Association des Manufacturiers, a publié la statistique des stocks de coton entre les mains des filateurs du monde entier, au 1er mars 1911. Les chiffres indiquent que les stocks sont plus faibles dans presque tous les pays qu'à pareille date, l'année précédente. En Grande-Bretagne, les approvisionnements totaux s'élevaient à 390,021 balles contre 415,182 balles à la même époque, l'année précédente. Pour les Etats-Unis, les chiffres sont de 1,525,000 balles, contre 1,674,000 balles, douze mois auparavant. Pour les autres pays réunis, les chiffres sont de 4,060,740 balles, contre 4,066,688. L'analyse des statistiques basées sur les stocks de chaque pays, par 1,000 broches, donne à la Grande-Bretagne 8,20 balles contre 8,50 en 1910 et 9,72 en 1909; à l'Allemagne, 30,62 balles, contre 34,51 en 1910 et 40,86 en 1909; aux Etats-Unis, 33,51 balles, contre 39,79 en 1910 et 65,78 en 1909. Le pays qui détient les stocks les plus importants est le Japon avec 166,79 balles contre 120,85 en 1910 et 131,77 en 1909.

On estime à 135,596,724 le nombre des broches en activité dans le monde. Des rapports ont été reçus de maisons possédant 122,226,091 broches. En Grande-Bretagne, des rapports ont été reçus de propriétaires de 48,698,061 broches, sur un total de 53,854,247 broches, 35,565,127 broches travaillent le coton américain, le coton de l'Inde et celui de diverses autres provenances, tandis que les broches travaillant le coton égyptien sont au nombre de 13,122,034.





**UN** Bon Jugement vous fera mettre en magasin la Ligne Pen-Angle de sous-vêtements modernes, irrétrécissables. La chance suivra... si vous considérez comme de la chance d'obtenir le gros des affaires de votre ville. La qualité Pen-Angle rendue célèbre par la publicité Pen-Angle devrait vous engager à faire de cette ligne votre ligne principale, chaque saison de l'année. Il y a dans les offres de cette saison, des choses nou-

velles que vous devriez voir. N'attendez pas le voyageur, si vous désirez être renseignés immédiatement sur ces marchandises de bon aloi. Ecrivez simplement un mot à

# PENMANS

LIMITED,

PARIS, CANADA.



# LA GARANTIE BUCKLEY

est sans restriction, ni condition, et la plus libérale qui soit; le **BUCKLEY** est le Seul Chapeau ABSOLUMENT GARANTI, vendu au Canada.

## LISEZ-LA !

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| No.      | <b>GARANTIE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| VENDU LE | <p>La couleur et la qualité de ce chapeau sont absolument garanties, et s'il ne donne pas entière satisfaction pendant les trois mois suivant le jour de son achat, il sera remplacé sur demande. Nous changerons même ce chapeau s'il est endommagé par accident durant ces trois mois.</p> <p><b>BUCKLEY &amp; SONS, Manufacturers.</b></p> |

Ne croyez-vous pas que cette Garantie peut augmenter considérablement votre commerce de chapeaux ?

Le **BUCKLEY** est le premier chapeau vendu avec une Garantie Réelle. Il y a deux ans que nous avons offert cette Garantie aux Marchands Canadiens, et il n'y a aucun doute que nous aurons une foule d'imitateurs, mais leurs garanties devront nécessairement contenir certaines restrictions, parce que le **SEUL CHAPEAU** digne d'une protection sans limite, est :

LE CHAPEAU

# BUCKLEY.

(UNION-MADE)

**Ne manquez pas de voir la valeur exceptionnelle de nos échantillons pour 1912.**

NOUS SOMMES A PRÉPARER UNE NOUVELLE CAMPAGNE D'ANNONCES QUI PARAÎTRONT DANS LES PRINCIPAUX JOURNAUX DE :

MONTRÉAL,  
OTTAWA,

TORONTO,  
WINNIPEG,  
VANCOUVER.

HALIFAX,  
ST. JOHN,

ÉCRIVEZ-NOUS POUR PLUS AMPLES DÉTAILS SUR CE QUE NOUS VOULONS FAIRE POUR AUGMENTER VOTRE COMMERCE DE CHAPEAUX.

**La Cie Waldron-Drouin, Limitée.**  
**164 MCGILL, - - - Montréal.**

LES REPRESENTANTS  
DU  
**CHAPEAU BUCKLEY**  
POUR  
**1912**

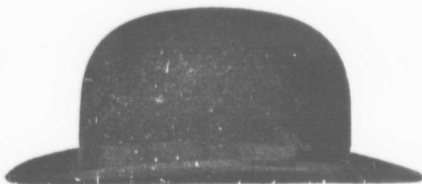
1. T. D. McKEE ..... Colombie Anglaise.
2. W. R. DUNLOP ..... Alberta.
3. A. F. McKINNON ..... Man. et Sask.
4. C. C. ROBINSON ..... " "
5. JAS. DEMPSTER ..... Ontario Nord.
6. F. M. VANDER WATER ..... Toronto et Ont. Ouest.
7. H. S. GREENLEESE ..... Ontario Est.
8. HARRY GODBOUT ..... Ottawa Est.
9. W. D. WHITEFORD ..... Cantons de l'Est.
10. F. B. DROUIN ..... Québec Cité et Montréal.
11. L. A. TREPANIER ..... Québec Bas et Collé.
12. W. A. COOKSON ..... N. B. et I. P. E.
13. W. S. DEXTER ..... Nouvelle-Ecosse.
14. J. M. E. CODIN ..... Québec Nord.
15. CHAS. VALOIS ..... Montréal.

VOYEZ LEURS ECHANTILLONS. LA PLUS  
BELLE LIGNE AU CANADA.

UN ASSORTIMENT DES PLUS VARIES, PROVENANT  
DES GRANDES MANUFACTURES DU MONDE EN :

FEUTRES MOUS,  
PAILLES,  
PANAMAS, ETC.

EST MONTRE EN PLUS DES ECHANTILLONS  
BUCKLEY.



VUE DE COTE DU BUCKLEY "BROADWAY".

Nous avons toujours en magasin pour livraison immédiate, l'assortiment  
de Chapeaux le plus complet qu'il soit possible de trouver.

**La Cie Waldron-Drouin, Limitée.**  
**164 MCGILL, - - - Montréal.**

LA VENTE DES  
**Chapeaux Buckley**

Surpasse de beaucoup celle de toutes autres marques au  
Canada.

**VOICI POURQUOI !**

Les chapeaux BUCKLEY sont d'un STYLE toujours con-  
forme aux plus récents décrets de la mode.

Le feutre qui entre dans leur confection est de toute première  
qualité.

De plus, ils sont soutenus par une garantie réelle et sans  
conditions.

**CE QUE NOUS FAISONS  
POUR AIDER LES  
MARCHANDS,**

Nous affichons sur les clôtures.

Nous annonçons généreusement dans les journaux quotidiens.

Nous fournissons de magnifiques cartes et enseignes avec nom  
du client, pour vitrines et magasins, etc., etc.

**ABSOLUMENT GRATIS**

**AUTOMNE 1911**

Le "BROADWAY" promet d'être en  
grande demande.

Commandes expédiées  
promptement.

# ELLIS

## La Vente des Marchandises de Qualité est celle qui est profitable.



Le marchand a tout profit à cultiver la meilleure clientèle de son district. C'est ce qui rapporte le plus d'argent au marchand et procure le plus de satisfaction au client. Les Sous-Vêtements Ellis étant des sous-vêtements de haute catégorie se sont acquis la clientèle des meilleurs citoyens de la province de Québec et, comme résultat, celle des marchands qui se proposent de s'assurer cette clientèle.

Les Sous-Vêtements Ellis s'ajustent parfaitement et demeurent irrétrécissables. Les échantillons pour 1912 sont maintenant entre les mains de nos vendeurs.

Le procédé de tricotage côtelé à l'aiguille à ressort, par lequel les Sous-Vêtements Ellis sont faits, est contrôlé exclusivement par cette Compagnie au Canada.

### AGENTS DES VENTES :

Provinces Maritimes—J. A. MURRAY, Sussex; N.B. Montréal et Province de Québec—E. O. BARRETTE & CO., Montréal; Ontario—THE EDWARD BURNS CO., Toronto; Ont.

## ELLIS UNDERWEAR CO.,

Bureau Principal et Manufacture à Hamilton, Ont.

## Fleurs et Feuilles Artificielles.

### SPECIALITE :

Fleurs et feuilles en étoffe et en papier pour bouquets, festivités, décoration générale, couronnes, etc.

### DERNIERES NOUVEAUTÉS

Bouquets de fiançailles, fruits, guirlandes, tiges, décorations murales, fantaisies à suspendre, jardinières, décorations de tables, paniers, arbustes et buissons en miniature, plantes décoratives, pots en fleurs aromatiques, vases, paniers pour mariages : matériaux pour la confection de couronnes, fleurs sèches, herbes, plantes naturelles conservées, palmes, feuillages en papier, etc. Plumes pour garnir les chapeaux :—Plumes d'autruche, héron, fantaisies, ailes, pompons, etc., etc.

**F. W. H. Hegewald, Dresde,**  
**ALLEMAGNE.**

*Exportation vers tous les pays.*

## Sous - Vêtements

## Marque Health

Nous avons en stock toutes les grandeurs de sous-vêtements légers en laine pour Enfants et Bébés, dans les genres Rubens, Brownie's et à Devant Boutonné, ainsi qu'un bon assortiment de corps légers en laine pour Dames, à manches longues, à manches courtes et sans manches.

## Greenshields Limited

MONTREAL.

# J. M. ORKIN COMPANY, LIMITED.

214, Rue Notre-Dame Ouest,  
MONTREAL

ont l'avantage d'informer le Commerce que leurs Expositions  
des Modes d'Automne 1911 auront lieu aux dates ci-dessous :

**MONTREAL**—Lundi et Mardi, les 28 et 29 Août et jours suivants.

**QUEBEC**—37, rue St-Joseph, les 4, 5 et 6 Septembre.

**OTTAWA**—Russell House, les 4, 5 et 6 Septembre.

¶ Nous exposerons un choix insurpassable de modèles de Chapeaux Garnis dans les dernières formes, provenant des premières maisons de Paris et de New-York, ainsi que les dernières nouveautés européennes en fait de Soieries, Rubans, Velours, Peluches.

**Fleurs, Plumes de tous genres et  
Ornements variés.**



## FAUX- COL IMPERMEABLE Marque CHALLENGE

Pas de Frais de Blanchissage.

TOUT EN TOILE.

Quand il est sali, il est aussi facile de le nettoyer que s'il était en celluloïd, et cependant on évite avec lui tout ce qu'il y a de désagréable dans les cols en celluloïd.

PAS D'ODEUR.

Son imperméabilité est due à un procédé chimique, et on ne peut s'en apercevoir ni par l'apparence ni par l'odeur.

Les styles sont corrects et de bonne vente ; ces cols vous donnent des profits nets et satisfont votre client.

**Ecrivez-nous immédiatement.**

**The Arlington Co., of Canada, Limited.**

54-64 AVENUE FRASER

TORONTO

Stock entre les mains des agents suivants : Ontario—J. A. Chantler & Co., Toronto.  
Est—Duncan Bell, Montreal. Ouest—R. J. Quigley, 212 Bloc Hammond, Winnipeg.



Quand vous achetez  
**Des Etoffes à Robes,**  
demandez la marque **Renommée**  
qui représente ce qu'il y a de **Meilleur**  
dans toutes les lignes d'étoffes pour Cos-  
tumes de Dames, etc.

**Garneau Limitée**  
**Québec**

**Seuls Agents pour le Canada.**  
Les Serges et Vicunas

**"SPHINX"**

pour hommes sont au premier rang. Ils  
donnent toujours satisfaction. Ils  
attirent les clients et aug-  
mentent les ventes.

Salle d'échantillons :  
MONTREAL,  
242 rue St-Jacques,  
Chambre 2.

Salle d'échantillons :  
OTTAWA,  
111 rue Sparks,  
Chambre 2.

**Automne 1911.**

EMPLOYEZ CES VIGNETTES ATTRAYANTES

:- :- DANS VOS ANNONCES DES :- :-

# ETOFFES A ROBES DE PRIESTLEY

POUR L'AUTOMNE PROCHAIN.



Veletta en Laine



Sandown



Concord



Sandown

Ce sont de jolies petites vignettes — représentant les styles les plus attrayants en Manteaux et Costumes. Elles aideraient certainement à attirer l'attention sur vos annonces. Nous les fournissons gratuitement sur demande.

En ce moment, nous faisons de fortes expéditions d'Etoffes à Robes de Priestley pour l'Automne.

**VELETTA EN LAINE.  
CONCORD POUR COSTUMES  
SANDOWN POUR COSTUMES.  
AMBROSE EN SOIE ET LAINE.**

Partout les marchands deviennent de plus en plus convaincus de la supériorité sans égale des Tissus de Priestley. Envoyez dès maintenant vos demandes de Vignettes.



Concord



Ambrose en Soie et Lain

GREENSHIELDS LIMITED

MONTREAL

Seuls agents pour les Etoffes à Robes de Priestley.