

TISSUS ET NOUVEAUTÉS

TISSUES & DRY GOODS

MONTREAL

DECEMBRE, 1911

N° 12

ETOFFES A ROBES de PRIESTLEY

— Pour le Printemps 1912 —

Les nouvelles lignes d'Étoffes à Robes de Priestley sont actuellement entre les mains de nos voyageurs ; cette belle collection est sans contredit la plus parfaite que nous ayons jamais offerte.

LE PLUS SÛR MOYEN D'AUGMENTER
VOS AFFAIRES EN ETOFFES A ROBES
EST DE DONNER LA PRÉFÉRENCE
AUX ETOFFES PRIESTLEY.

Quelques-uns de nos nouveaux Tissus en couleur,
et les tendances de la mode :

Popelines Syria
Tissus Viola
Rosetta de Laine

Panamas finement rayés :

Bleu Marine et Blanc
Noir et Blanc
Crème et Bleu-Marine
Crème et Noir

Ambrose Soie et Laine
Henrietta Soie et Laine
Tussor Royal

Les Tissus noirs de PRIESTLEY seront sans aucun doute en forte demande.

Croisés Ravenna, Chaine Soie
Helena, Chaine Soie
Eudora, Chaine Soie

Lainages Noirs :

Toledo, Rosetta, Veletta, Cintra, Etolia, Voiles, Satins, Broadcloths.

Seuls Agents pour les Étoffes à Robes de PRIESTLEY.

GREENSHIELDS LIMITED,

MONTREAL.



Serge Sandown
pour Paletots

Priestley

La Serge est
de mode,
cette année.

Les Serges
Sandown
pour Paletots

sont les meilleures
du monde.

Enroulées sur le "Varnished Board".

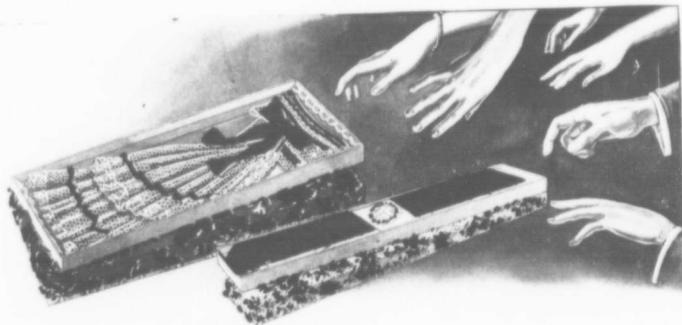
Employez-vous les Electro Priestley pour vos annonces ?
Si non, écrivez-nous à ce sujet.

Serges Concord
Serges Sandown
Serges Crème pour Costumes

Serges finement rayés :

Crème et Bleu Marine
Crème et Or
Crème et Nil
Noir et Blanc
Bleu-Marine et Blanc

Popeline de Madras en Laine Noire
Mohair Gris pour Costumes
Étoffes à Costumes en Laine Noire Portland



Vos
Clients
Demandent
Ces
Marchandises.

LES meilleures de leur sorte marchandises fraîches, attrayantes disposées séparément en boîtes faites spécialement pour Noël, qui vous donneront un profit — plairont à vos amis et se vendront.

Mouchoirs Fantaisie.
Jabots de Côté à \$7.50 la douzaine.
Ruches de Cou à \$2.25 la douzaine.
Ceintures à \$2.25 et \$4.50 la douzaine.
Cols Fantaisie à \$2.25 et \$4.50.
Parapluies de dame à \$2.00 chaque.
Cravates d'homme à \$2.25 et \$4.50 la douzaine.
"Mufflers" à \$4.50 la douzaine.
Bretelles à \$4.50 la douzaine.
Echarpes pour Automobilistes à \$1.00 chaque.

Vous pouvez vous servir de quelques-uns de ces articles. Ecrivez — dites ce que vous désirez et vous l'obtiendrez par retour du courrier.

The W. R. Brock Company (Limited)

MONTREAL.

NOUS remercions nos
amis de l'appui
chaleureux qu'ils nous
ont donné dans le passé.
Espérant qu'ils conti-
nueront à nous accorder
leur patronage à l'ave-
nir, nous leur souhaitons
à tous une année heu-
reuse et prospère en
1912.

Tooke Bros., Limited.
MONTREAL

Le Principal Département de Bimbeloterie du Canada.

**Une vente d'article de tablettes profi-
tera à vos affaires en Janvier.**

Parmi les ventes spéciales que font les commerçants pendant le mois de janvier de chaque année, une vente d'articles de tablette est considérée maintenant comme des plus importantes. Depuis plusieurs années nous conseillons cette vente à nos clients, et chaque année ils y adhèrent en plus grand nombre. La vente spéciale d'articles de tablette a toujours eu du succès. ∴ ∴ ∴ ∴

Nous coopérons avec vous à tous les points de vue.

Nous pouvons fournir des renseignements complets au sujet d'articles pour cette vente, convenant à toute localité. Nous donnons une liste complète de ces articles avec leurs prix d'achat et de vente. Les valeurs sont exceptionnelles; cela est dû à la demande énorme qui a lieu dans ce département et aux nombreuses lignes exclusives qui y figurent. ∴ ∴ ∴

Nous suggérons aussi des idées pour annonces avec illustrations. Ces annonces ont eu beaucoup de succès. ∴ ∴ ∴

Une vente de ce genre attire le public dans votre magasin. On peut se fier à la qualité de tous les articles de cette ligne. Les petites choses ne sont pas à négliger. ∴ ∴ ∴

Demandez des renseignements dès maintenant afin d'avoir une bonne livraison et d'être prêt en tout point pour une vente dès le commencement de l'année prochaine.

GREENSHIELDS LIMITED
MONTREAL.

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 118, Boite 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 recharges et l'année en cours ne sont pas payés.

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

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

Vol. XIII

MONTRÉAL, DECEMBRE

No 12

Bonne Année !

Nous voici au seuil d'une nouvelle année. Dans quelques jours ç'en sera fait de celle que nous venons de vivre et c'est le moment où jamais quels qu'aient été les résultats de celle qui termine, de faire appel à des jours meilleurs.

Pour les uns, la défunte année aura été une longue suite de succès, elle n'aura laissé place que rarement aux déceptions et le sentiment général sera empreint de la plus heureuse prospérité.

Que pourrions-nous souhaiter à ces privilégiés sinon que l'année qui commence soit semblable et meilleure encore si possible, à celle qui demain sera du passé, et leur procure à nouveau toute une série de légitimes et douces satisfactions ?

A ceux qui moins favorisés par la fortune, auront compté au cours de 1911 des heures de déboires, de deuils et d'affliction, nous disons : que les lendemains de compensation ne peuvent manquer de surgir s'ils s'arment de courage et s'ils ont cette belle confiance en l'avenir qui décuple les forces et mène infailliblement au succès.

A ces derniers surtout nous souhaitons un bon 1912, nous voudrions, que par un juste retour des choses, ils soient comblés dans tous leurs désirs d'autant qu'ils ont eu des heures mauvaises et des minutes d'abattement.

Enfin à tous nos lecteurs, à tous ceux dont nous tentons de soutenir l'effort comme ils soutiennent le nôtre, nous adressons nos vœux les meilleurs de santé, de bonheur et de prospérité, et nous leur disons gaiement comme un présage de jours ensoleillés : Bonne Année !

Tissus et Nouveautés

NOËL ET JOUR DE L'AN

Existe-t-il deux mots, deux noms plus évocateurs de bonne joie populaire que ceux-là? Est-il une époque de l'année qui suscite un tel entrain pour les réunions de famille et repande un air de fête aussi unanime que celui qui règne pendant cette semaine allant de la Noël au Premier de l'An. Il serait difficile de pointer sur le calendrier une fête attendue par tous avec plus d'impatience aussi bien par les grandes personnes que par les enfants. Cette double date ne saurait passer inaperçue pour qui que ce soit et chacun selon ses moyens en fête la venue par des réjouissances marquées de la plus franche gaieté. C'est la fête de l'artisan aussi bien que du riche.

Les rues s'animent d'une foule inaccoutumée bien différente de la foule affairée et pressée des époques ordinaires. Son allure est celle d'une flânerie curieuse qui ne dédaigne pas l'arrêt tous les dix pas et l'extase devant les magasins brillamment achalandés. C'est qu'à nulle époque de l'année on ne se sent un tel besoin de dépenses; l'argent vous brûle littéralement la poche, on éprouve le besoin impérieux de jeter des dollars sur les comptoirs et d'acquiescer les choses les plus coûteuses que l'on rencontre.

Bienheureux ce temps dont les enfants savent profiter établissant longtemps à l'avance une sélection des cadeaux qu'ils seraient heureux d'avoir pour leurs étrennes. Car rien ne se refuse à cette date, ils le savent bien les jolis bambins cajoleurs.

Les femmes ne seraient pas femmes, si elles ne choisissaient pas également ce moment pour exprimer leurs vœux, leurs désirs de tel article ou telle toilette dont elles ont une envie folle.

Et de cette éclosion de désirs fleurissant sur tant de lèvres est née cette mode, cette coutume, si appréciée des bénéficiaires, des cadeaux de Noël et du Jour de l'An.

En réalité, l'origine de cette pratique est à coup sûr imputable à Santa Claus. Pour ne pas faire de jaloux, il a fallu contrebalancer les joujoux mis dans les sabots des petits, par des cadeaux mis entre... les mains des grandes personnes huit jours après. Cette double forme d'étrennes s'adressant à deux catégories différentes divise fatalement les articles offerts à cette date en deux espèces distinctes: 10 Les cadeaux, (voyons, comment dirions-nous?) et bien les cadeaux tout court, et 20 les étrennes utiles. Les premiers consistent en jouets, bonbons, etc., ils sont d'un prix très abordable et n'entraînent qu'à une dépense relativement minime. Mais les secondes, d'une variété infinie, ne manquent pas d'être plus dispendieuses; elles font souvent les cauchemars des maris, car ce que femme veut... il faut y passer, il n'y a pas d'erreur.

Au demeurant, les hommes ne sont pas les seuls à faire des cadeaux; les dames ne manquent pas de s'ingénier aussi à découvrir l'heureuse surprise qui pourra procurer de la joie et il n'est pas rare qu'un mari qui a offert à sa femme pour le jour de l'an une de ces bienheureuses étrennes utiles sous forme d'un manteau de 350 dollars reçoive en échange... une cravate de \$3.50! Il est vrai que l'intention c'est tout, et comme le dit le proverbe: "La façon de donner vaut mieux que ce qu'on donne".

Les commerçants ne sauraient se plaindre de cette manière frivole des cadeaux.

Pendant la période de Noël et du Jour de l'An, ils devinent l'objet de visites ininterrompues, leurs magasins débordent de monde et se trouvent envahis par une foule avide d'achats, c'est la cohue dont ils auraient tort de réfréner l'emballage et si cette semaine de fête fait la joie des dames, des enfants et même des messieurs, car le plaisir

donner dépasse souvent celui de recevoir, elle ne manque pas non plus — bien que pour des raisons différentes — de faire celle des commerçants-détaillants et de contribuer à la réussite de leurs affaires.

LE BANQUET DES VOYAGEURS DE COMMERCE

Le banquet annuel de l'Association des Voyageurs de Commerce a eu lieu lundi dernier 18 courant à l'Hôtel Windsor et a obtenu, comme toujours, le plus franc succès. Plus de 500 personnes y assistaient et l'entrain le plus cordial ne cessa d'y régner pendant toute la soirée.

Le banquet était présidé par M. Chas. Gurd, ayant à sa droite l'hon. M. Doherty, et à sa gauche Sir Wilfrid Laurier; on remarquait en plus, à la table d'honneur, l'hon. G.-E. Foster, J.-B. Giles, Son Honneur le Maire Guerin, R.-C. Wilkins, C.-C. Ballantyne, J.-S. McDougall, Fred. Hughes, David Watson, Henri Bourassa, Lt.-Col. Massey, F.-S. Côté, D.-M. LeFebvre, J.-E.-L. Dubreuil, vice-président; Max Murdock, trésorier; Albert Sévigny, M. P., J. Obalski, vice-président de la Chambre de Commerce Française; Frédéric-C. Larivière, président de la Chambre de Commerce; J.-A. Benoit, président du Club des Voyageurs de Commerce, et H.-W. Wadsworth, secrétaire de l'Association.

Sir Wilfrid Laurier prenant la parole après M. Doherty dit ce qu'il pense du voyageur de commerce; c'est le meilleur compagnon qu'on puisse rencontrer ajoute-t-il car comme l'a si bien dit le fabuliste Lafontaine "quiconque a beaucoup vu peut avoir beaucoup retenu" et la compagnie d'un voyageur de commerce est des plus intéressantes et des plus utiles; ses voyages répétés dans les différents pays lui donnent une connaissance approfondie des sentiments des peuples et en font un instrument de propagande éminent.

Sir Wilfrid Laurier rappelle la prospérité étonnante de notre commerce qui atteindra avant peu \$1,000,000,000.

L'hon. M. Foster assure que le parlement redoublera d'activité et fera tous ses efforts pour le développement du commerce canadien et servira ainsi la cause des voyageurs qui en sont les "missionnaires".

M. Bourassa clot la série des discours par un éloquent plaidoyer en faveur de l'union des races et la soirée s'achève sur le chant du "God save the King" et de "O Canada".

FUNÉRAILLES DE M. CLEGHORN

Les funérailles de M. James Power Cleghorn ont eu lieu le samedi 16 décembre et ont été suivies par une nombreuse assistance.

Beaucoup d'hommes d'affaires occupant d'importantes situations y assistaient pour rendre un dernier hommage à l'ancien président du Board of Trade.

Après la cérémonie funèbre, qui eut lieu à l'église St. James The Apostle, le cortège s'est rendu au cimetière protestant où a eu lieu l'inhumation.

Parmi les personnes présentes, on remarquait: M. George Hendrick et d'autres membres du Board of Trade, Lieut.-Col. Brock, Lieut.-Col. Gault, M. Harry Joseph, Dean Shepherd, de l'Université McGill, Harry Jamieson, M. J.-R. Dougall, M. George Chillas, M. H.-A. Darling, M. John M. Duff, M. Alex. Fraser, M. George Creak, M. St. George, Dr Mackenzie, M. Aileen Cummings, M. A.-A. Belique, M. H.-B. Tait, M. F.-W. Hawthorne, M. H. Binet, M. Frommings, M. Berchard, M. J. Johnson, M. C.-B. Gordon, M. K. Booth, ainsi qu'un grand nombre d'autres que l'espace ne nous permet pas de citer.

LE CANADA ET LA FRANCE

Sous ce titre, la Chambre de Commerce française de Montréal publie à l'occasion du 25^e anniversaire de sa fondation un ouvrage remarquable dont la documentation sera d'un puissant intérêt pour le commerce, la finance, l'agriculture et l'industrie.

Cette publication luxueuse d'un goût parfait et d'une sélection rigoureuse et méthodique est sans contredit ce qui a été fait de plus complet sur le Canada. Toutes les questions y sont abordées avec une précision surprenante, toutes les informations y sont condensées de façon claire et concise, c'est une véritable géographie économique du Canada commentée et discutée par les hommes les plus autorisés.

La première partie comprenant les 2/3 du volume est exclusivement réservée au Canada. Mentionner toutes les questions qui y sont traitées nous est impossible dans l'espace restreint dont nous disposons, mais nous pouvons dire que rien n'y manque et que toutes les branches administratives, commerciales, financières, industrielles et agricoles y ont été minutieusement passées en revue, statistiques en mains et que ce travail d'un haut intérêt constituera une précieuse source d'informations de toutes sortes et portera aux quatre coins du globe une des plus belles pages de l'histoire du monde en faisant connaître le Canada sous son jour véritable.

La seconde partie beaucoup plus réduite est réservée à la France. Elle ne s'attache pas à raconter l'histoire de ce pays — tous les Canadiens la connaissent — mais, elle leur donne des détails intéressants sur son organisation, elle les initie à certaines particularités de la race française et les transporte un instant à ses régions coloniales, plus méconnues.

Somme toute ce livre de belle envergure aura un gros succès de lecture et de sympathie en même temps qu'il favorisera les relations commerciales et financières entre le Canada et la France, car il fait aimer la France par les Canadiens, et le Canada par les Français.

L. Chambre de Commerce Française de Montréal peut être fière à juste titre de cette oeuvre qui sera consultée de nos jours par beaucoup de gens de tous pays et constituera dans l'avenir un des plus précieux documents des archives canadiennes et françaises.

ASSEMBLEE ANNUELLE DE L'ASSOCIATION DES VOYAGEURS DE COMMERCE

La vingt-sixième assemblée annuelle de la Dominion Commercial Travelers Mutual Benefit Society a eu lieu le 15 décembre dans les salles de l'association, sous la présidence de M. J. Hamilton Ferns, président de l'association. Un grand nombre de membres assistaient à cette assemblée.

D'après le rapport annuel qui a été approuvé à l'unanimité, le nombre des membres de la société s'est accru de 147, l'année dernière, ce qui porte le nombre total des sociétaires à 1509. Les décès, pendant l'année, ont occasionné des paiements s'élevant à \$16,000.

Les élections des officiers ont donné les résultats suivants: président, M. S.-F. Côté; vice-président, M. John Paterson; trésorier, M. Charles Gurd; secrétaire, Reg. W. Graham; conseillers, MM. Chas. Roberts, J.-B. Giles, W.-N. A. hern, M. Salomon et Richard Booth.

LE TRANSPORT DES COLIS POSTAUX

Nouvelle ligne directe avec la France

Jusqu'à ce jour, les colis postaux venant ou allant en France, passaient par l'Angleterre, dorénavant ils viendront directement de France au Canada et vice versa, par la ligne Allan qui dessert Cherbourg, concurrentement avec le service précédent qui demeure. Le service français ne sera que bi-mensuel tandis que le service anglais est hebdomadaire. Le premier sera beaucoup moins coûteux que le second.

Les colis expédiés de France sont de 3 catégories: de moins de 3 livres; de 3 à 7 livres et de 7 à 11 livres. Le prix des colis de 3 livres est actuellement de 55 centins, ceux de 3 à 7 livres de 95 centins et ceux de 7 à 11 livres de \$1.55. Ces prix ne seront pas changés pour les colis passant par l'Angleterre, mais pour le service direct les prix seront: première catégorie, 42 centins; seconde catégorie, 55 centins et troisième catégorie, 67 centins.

Le prix pour les colis du Canada en France via Angleterre restera ce qu'il est à tant la livre sur la base suivante:

Poids	Ancien tarif.	Nouveau tarif.
1 livre	40c	18c
2 livres	48c	26c
3 livres	56c	34c
4 livres	74c	42c
5 livres	82c	50c
6 livres	90c	58c
7 livres	98c	66c
8 livres	\$1.16	74c
9 livres	1.24	82c
10 livres	1.32	90c
11 livres	1.40	98c

LA VALEUR DU CREDIT

Si vous nous demandez quelle est, à notre avis, la chose la plus importante pour un jeune homme, nous vous répondrons que c'est de s'établir une réputation d'intégrité absolue. Nous avons rarement vu un homme doué d'une bonne dose d'intelligence et d'énergie doublé d'une réputation de parfaite honnêteté, faire faillite. La réputation d'intégrité vaut souvent mieux et plus que de l'argent. C'est la clef du crédit. Si un homme est connu comme un être loyal, il n'aura aucune difficulté à acheter de la marchandise à échéance. Celui qui paye régulièrement ses traites à jour fixe a un meilleur crédit sur la place que celui qui paye toujours comptant.

Ce dernier ne peut jouir d'une bonne réputation pas plus d'ailleurs que d'une mauvaise, il n'en a pas, on ne sait rien sur lui. On peut même se demander pourquoi il agit ainsi et l'on n'est pas éloigné de croire que s'il ne profite pas du bon crédit, c'est qu'il ne peut en obtenir pour une raison que l'on ignore. La personne qui jouit d'un bon crédit et fait ses achats à terme est mieux traitée souvent que celle qui paye comptant; on lui fait toujours les meilleures conditions et les plus bas prix parce qu'on sait qu'elle peut devenir un client fidèle tandis que celle qui paye comptant n'est considérée que comme un client de passage auquel on n'a aucune raison de faire des concessions.

LES FAUSSES INDICATIONS DE MESURES

A chaque saison nouvelle, la livraison des nouveautés (craffes, rubans, dentelles, etc.) soulève la question du métrage des dites pièces.

Question souvent agitée, mais jamais résolue.

Il arrive trop fréquemment qu'un négociant vendant un article qui lui a été facturé pour tant de verges, constate avec stupeur, une fois la pièce épuisée que les débits additionnés accusent un métrage différent, presque toujours en moins, rarement en plus. Il se perd en conjectures sur ce qui a pu provoquer ce manque, l'attribue à la gâche, à l'infidélité d'un employé ou à l'erreur volontaire ou involontaire de celui qui lui a fourni la marchandise en question. Neuf fois sur dix, c'est à cette dernière cause qu'il convient d'attribuer cette lamentable constatation. Quoiqu'il en soit, il est trop tard pour réclamer et le détaillant ne peut que déplorer son infortune.

Sans doute, dirait-on, il est aisé de remédier à un tel état de choses. Le négociant n'a qu'à mesurer les marchands dès à leur réception avant de les livrer à son commerce.

Piètre solution, qui, pour une maison tant soit peu importante, nécessiterait l'appointement d'un employé spécial. Cela n'amènerait pas la suppression de la fraude, ce serait comme une sorte de constat officieux, sujet à contestations et voilà tout sans compter les frais supplémentaires imposés aux propriétaires de magasins pour le dit employé-vérificateur.

Ce qu'il faudrait, c'est une loi puissante sévèrement exécutée et réprimant de tels abus. "Chai échaudé craint l'eau chaude", dit le proverbe. Ceux qui se seraient fait prendre une fois, se tiendraient sur leurs gardes.

Des agents spéciaux auraient mission de faire des rondes inattendues dans les magasins et de vérifier, factures en mains la longueur annoncée des pièces intactes. Les stocks des fabricants seraient visités dans un but semblable. En cas de non conformité entre le papier et la longueur réelle, les agents dresseraient procès verbal et l'affaire suivrait son cours.

Ce serait une loi de protection commerciale éminemment utile et dont l'étude n'est pas à négliger.

FORTE RECOLTE DE COTON

D'après la dernière estimation officielle du Département de l'Agriculture de Washington, la récolte du coton aux Etats-Unis sera de 14,985,000 balles, cette année; ce sera la plus considérable qui ait jamais été faite. Dès que cette nouvelle a été annoncée au Cotton Exchange de New-York, le prix a été avancé de \$1.50 par balle, car on s'attendait à une production de 15,000,000 de balles. En 1904 la récolte a été de 13,438,012 balles et, en 1910, de 11,608,116 balles. Mais au point de vue de la valeur, c'est cette dernière année qui détient le record, la récolte ayant été évaluée à \$820,320,000. Sans la sécheresse de l'été dernier, qui a causé de grands dégâts dans beaucoup d'endroits de la région cotonnière, la récolte aurait atteint 17,000,000 de balles.

Des personnes bien informées disent que l'estimation de la récolte de cette année faite par le Gouvernement est trop faible de 300,000 à 500,000 balles.

LES SACS DE FOURRURE

Les sacs de fourrure s'implantent définitivement. Cette fantaisie est adoptée avec enthousiasme. Le fait est qu'elle est des plus ingénieuse et qu'elle complète à ravir la silhouette de la femme, formant un véritable tout avec les manchons et les écharpes. Et dans toutes les sortes de fourrures cet article est des plus gracieux aussi bien en hermine qu'en loutre, en taupe ou en astrakan. Il faut, bien entendu, qu'il s'harmonise avec le chapeau, le boa, le col et les parements du manteau, mais en raison de la vogue actuelle du noir et du blanc, le sac d'hermine s'harmonisera avec toutes les fourrures noires, astrakan, loutre, etc.

Beaucoup de modèles de sacs en fourrures s'ornent de broderies d'or, d'argent ou de soie de couleur. Certaines se rehaussent de frange de soie ou de chenille. Mais le meilleur effet est incontestablement produit par les queues ou les pattes de bêtes à fourrures.

La toute dernière nouveauté en fait de sacs est le manchon-sac, véritable manchon garni sur le devant d'une pochette rapportée fermant par une pression. Certains sont munis de poches intérieurement et étant de forme étroite et allongée peuvent se porter indifféremment en manchons ou en amonnières sur l'épaule avec une longue cordelière. Les fourrures à longs poils conviennent mieux à ces formes.

LES SOUS-VETEMENTS EN TRICOT

Rapports satisfaisants en général. — La situation des prix.

Malgré l'enregistrement de quelques plaintes, la majorité des détaillants dans cette ligne se disent satisfaits de leurs affaires et leurs prévisions pour les jours qui suivront le premier de l'an ne sont rien moins qu'optimistes. Tant mieux! Espérer le succès c'est faire un pas vers lui.

Si quelques lignes ne se vendent pas à outrance, il faut avouer que c'est parce que la plupart de ceux qui les détiennent ne s'en sont pas approvisionnés et ils en ont à peine quelques spécimens qui ne suffisent pas à provoquer une vente active. Ils allègent diverses raisons pour lesquelles ils ne sont pas disposés à prendre en stock les articles en tricot et la première d'entre elles est le prix du coton.

Les prix basés sur un coton bon marché.

Personne ne saurait dire au juste quelle sera la cote proclamée du coton, mais on peut dire dès à présent que les articles établis pour le prochain automne l'ont été sur une base plus restreinte que jamais. En outre, bien que la récolte du coton soit brillante, la quantité relativement minime de coton employée par les usines ne saurait influencer beaucoup sur le coût de l'article. Quelle que soit la situation du marché, la répercussion sera mince sur les prix de la marchandise. De fait, d'après les rapports d'experts dans cette industrie, aux prix où sont soumises certaines marchandises on ne saurait donner une qualité équivalente aux échantillons présentés. Les gains marqués par les laines ne peuvent modifier sensiblement le prix des sous-vêtements sinon dans un très petit nombre d'articles de haute classe. Selon toute prévision la situation n'est pas alarmante, elle restera à peu de chose près, ce qu'elle est actuellement.

ECHOS DE LA MODE

Beaucoup de velours et de fourrures — Les façons tailleurs de fantasia sont préférées aux coupes uniformes — Vogue des garnitures de dentelles sur vêtements — Les manches de kimono sont adoptées pour l'intérieur.

Les tissus.

Aucune apparition de tissus nouveau n'est à signaler, pas plus pour le port du soir que pour celui de l'après-midi. La préférence va d'une façon marquée aux velours unis et aux velours à côtes. Pour le matin et le tantôt on s'en tient aux tissus doux, semi-lustrés en laine, de teintes unies ou de nuances fondues.

Les fantaisies favorites se rencontreront dans les rayures blanc et noir, cette dernière teinte donnant la note prédominante. Le plus souvent, cette disposition de couleurs s'adopte pour la jupe avec une jaquette noire ornée de motifs rayés blanc et noir.

Les tissus harmonisés et les reversibles.

On remarque beaucoup de tissus réversibles en forme de larges ornements. Dans cette sorte, la nouvelle note de la mode réside, non dans les contrastes, mais au contraire dans un sentiment d'harmonie et d'assortiment. Parmi les teintes les plus remarquées on peut pointer les tannées et les brunes, la première nommée étant choisie de préférence pour le revers, la garniture du revers et des manchettes.

Pour les tissus de soie, les satins tiennent la première place et sont généralement employés pour les dessous dans les voilages ou comme fonds pour les manteaux richement brodés. Quelques beaux crêpes de satin sont notés pour complets. Dans certains costumes on peut voir un mélange de tissus de satin à facette avec de lourds brocards de satin. Les taffetas négligés depuis plusieurs années au profit des satins reprennent leur rang sous forme de quelques costumes en blanc.

Les couleurs.

Les teintes sombres sont de règle pour le port de l'après-midi. Les différentes variétés de bleus foncés sont largement représentées principalement en bleus marines et en lourds vieux bleus de tapisserie, ces derniers entrant dans la composition des modèles de premier ordre.

La couleur taupe est ultra fashionable. Les fleurs en vogue sont les orchidées et les violettes.

Les teintes champagne et tanne sont du dernier chic. Le blanc croit en faveur. Somme toute, les tons unis prédominent. Les élégantes adoptent une teinte d'une couleur donnée, et en composent non seulement leur costume, mais l'adoptent pour le chapeau, la plume du chapeau et les garnitures diverses.

Parfois, cependant, les tons sont harmonisés, deux ou trois teintes différentes d'une même couleur s'aperçoivent dans le même costume et cette pratique se remarque surtout dans la confection des chapeaux. Les combinaisons de noir et blanc sont très appréciées.

Points marquants des robes du soir.

Pour les robes du soir, les velours en coloris extrêmement légers sont très répandus; les brocards sont combinés avec des dentelles et des satins riches. Le corsage et la tunique sont ordinairement faits de velours avec l'emploi du chiffon pour les jupes de dessous et les manches. On porte

beaucoup de larges volants de chiffon finissant le bas de la jupe et ourlés de fourrure dont le poids donne à l'ensemble, l'effet de la ligne droite.

Quelques robes portent au bas de la jupe une rangée de plis de dentelle étroite.

Les dentelles lourdes telles que la macramé et les variétés semblables sont employées en larges bandes à la partie



Superbe robe du soir donnant l'idée de l'emploi du chiffon imprimé. La fermeture de la robe et les franges du bord sont imitées en couleurs pastel. Sur la jupe un dessin d'alloway et sur le corsage des garnitures de Chantilly blanc. Modèle de Mark Aronson.

inférieure des jupes. Pareil ornement se rencontre également à la taille. Nombre de jupes droites sont confectionnées de jolis satins et de chiffon et dentelle, ces modèles largement échancrés sur le côté, laissent entrevoir des insertions de dentelles.

Des petites pierres du Rhin ou autre joaillerie agrémentent souvent le devant, partant du bas et montant jusqu'à la taille.

De courtes draperies de dentelles en coupe fuyante ou des petits tabliers de draperies semblent convenir à merveille à ces modèles.

Les blouses adoptent la forme de surplis, d'autres sont drapées, mais suivent encore étroitement les lignes du corps.

Robes en dentelles.

Quelques robes en dentelles en blanc ou en ivoire sur satin couleur pastel et voiles de chiffon font très bon effet. On remarque aussi des robes de dentelles blanches. Une application de fourrure sombre comme du skunk ou de la taupe, est du meilleur goût sur les costumes de dentelles blanches sur satin blanc.

Garnitures de fourrures.

L'emploi des garnitures en fourrures sur les robes du soir est devenu courant. Les bandes étroites et les boutons de fourrure sont employés sur la robe à partir de la taille et tombent en rayures s'élargissant jusqu'au bas des jupes. Les fourrures choisies à cet effet sont le renard blanc, le chinilla, le skunk, la taupe et le lynx.

Les manteaux du soir sont généralement agrémentés des mêmes ornements de fourrures "ad hoc".

Les corsages sont très décolletés.

Le fait à noter pour les robes de soirées est le décolleté qui descend très bas, principalement dans le dos où il atteint presque la taille.

De manches, point. Beaucoup des modèles les plus élégants portent en place de manches une petite épaulette très courte de garniture de perles ou de dentelle pure.

Formes des trains.

Le caractère des trains pour les robes de soirées est qu'elles sont suspendues aux épaules ou à la taille et que leur mouvement est complètement séparé de la jupe. Les trains courts sont en pointe ou en carré.

Elégants manteaux du soir.

Les plus riches manteaux du soir sont composés de velours de brocard de somptueuses couleurs telles que rose, orient, jaune, bleu de roi, vert empire et tout blanc. La plupart d'entre eux comportent de grands cols et revers de fourrures et la bas des manches est garni de la même fantaisie. Ils sont longs en général et enveloppent complètement le corps. Beaucoup se boutonnent à l'extrême côté gauche.

Manteaux du soir en fourrures.

Beaucoup de manteaux d'hermine, de zibeline ou de taupe se remarquent en différentes coupes. Ils se ferment à gauche et sont garnis à cet endroit de longs cordonnets et glands de soie et de chenille terminés par de l'hermine ou des queues de zibeline.

Les cols-châles profond se font beaucoup sur les manteaux d'hermine et la fourrure dont ils sont confectionnés joue le rôle de reversible.

Les manteaux de taupe affectent la forme de larges bandes style grec ou offrent l'aspect d'une succession de rangées de fourrures dentelées en long pour le corps et en bandes pour le bas.

Les costumes tailleurs en velours.

Les costumes tailleurs font fureur. Ceux en velours prédominent. Ils se font principalement en noir et sont garnis de fourrures sombres telles que skunk, renard noir, lynx et raccoon.

Les bleus sombres, les verts et les violets foncés sont aussi notés dans les tailleurs. Le velours adopte généralement est le velours uni; on ne remarque que peu de nouveautés en velours à côtes.

Pour les jeunes filles le velours à côtes sied bien, il est en faveur dans les tonalités sombres: brun or, bleu et vert chasseur.

Elégants costumes en drap.

Les complets de drap les plus "smart" sont faits en "whipcord", marine, noir et brun. On peut signaler quelques nouveautés en tissus cordés rayés, ainsi que quelques ratines.

Des complets en broadcloth combinés avec du velours ont beaucoup de succès.

Les couleurs à la mode dans cette catégorie sont les bruns, les marines et les noirs, bien que quelques autres teintes telles que riches violets, tannes, gris et roses soient portées. La longueur des vestes est de 26 à 28 pouces, elles portent des coutures bien marquées particulièrement dans le dos. La forme sac est prépondérante.

Les jaquettes sont de forme évasée. Cette caractéristique est très marquée pour les costumes portés par les personnes jeunes, tandis que les femmes plus âgées revêtent la forme peu fuyante qui convient mieux à l'ampleur des hanches.

Corsages et ceintures.

Les corsages sont composés de tissus formant contrastes avec ceux des vestes.

Les jeunes filles ont remis en faveur la ceinture. Certaines sont composées de tissu froncé sur les côtés et ne prennent la forme de ceinture que sur le devant et au milieu de la taille dans le dos. Les ceintures en tissus ornées d'une jolie bonete sont très bien portées. Les grands cols pour corsages ont disparu. Les quelques rares que l'on rencontre sont en dentelles. Les longs revers sont très en vogue et le jabot de côté est plus populaire que jamais.

Points saillants de la jupe faisant corps avec la robe.

Les jupes de robes affectent différentes formes principalement en effets de tunique dans le mouvement du manteau, la jupe de dessous étant du même tissu que le col et les manchettes. On note beaucoup de garnitures sur les côtés des jupes. Quelques-unes consistent en tresses et boutons assortis avec la garniture du vêtement. Des tabliers devant et derrière sont encore portés. Cependant, la forme la plus récente offre cette particularité que le pan du dos est légèrement froncé à la taille. Les complets comprenant veste, corsage et jupe du même tissu sont portés par les personnes âgées, tandis que les jeunes filles préfèrent la veste et la jupe d'une façon et le corsage d'une autre.

Les manches.

Pour l'après-midi, le blanc et noir prédomine et les tons harmonisés sont de règle. Les bleus, les verts, les rouges foncés, les gris et les violets sont courants. La couleur du chapeau se marie ordinairement avec celle du vêtement.

Vêtements d'après-midi.

Les modèles pour courses de l'après-midi se font en crêpe mûrier et en velours. Les jupes droites avec mouvement de tunique ou effet de pans devant et derrière semblent très populaires.

Les larges ceintures terminent les corsages et une variété infinie de fichus et d'effets drapés les caractérisent. Les jabots montants sont en faveur croissante.



La célèbre
"Steelclad
Galatea" manufacturee et imprimée au Canada.

Produite dans toutes les couleurs, et toutes les couleurs sont garanties.



La Dominion Textile Co. Limited adresse au Commerce ses voeux les plus sincères pour une joyeuse fête de Noël et ses meilleurs souhaits de prospérité pour la nouvelle année.

AU COMMERCE.**1er décembre.**

Nouveautés, Merceries pour Hommes et Articles de Ménage en Gros.

Notre année d'affaires est terminée pour 1911. A partir du 1er décembre, nous en commençons une autre. La lutte pour la suprématie dans toutes les branches de l'activité humaine est plus intense aujourd'hui qu'à toute autre époque dans l'histoire du monde. " Il y a toujours de la place au sommet de l'échelle, " et la diversité des moyens employés pour y parvenir est étonnante. Cela s'applique au Commerce des Nouveautés en Gros tout autant qu'à n'importe quel autre commerce ou profession. Nous constatons que la vieille politique de loyauté, d'honnêteté et de franchise en affaires est le meilleur moyen à employer pour se placer au premier rang. Avec l'aide de l'argent liquide et de l'expérience constamment à notre disposition cette règle de conduite fait régner la confiance entre vos clients et nous, et nous assure les meilleures marchandises que les marchés du monde puissent produire. Parmi nos milliers de clients, nous comptons un grand nombre des commerçants les meilleurs et les plus importants qui existent entre l'Atlantique et le Pacifique. Nos clients sont les bienvenus dans nos magasins. Si vous pouvez utiliser nos magasins comme point de rencontre avec des amis ou pour faciliter votre commerce de quelque manière, nous serons heureux de les mettre à votre disposition et de vous donner, dans notre intérêt commun, tous les renseignements que nous pourrions vous fournir.

JOHN MACDONALD & CO., LIMITED
TORONTO

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

Longueur des manches.

Les costumes tailleurs strictes ont les manches longues et terminées par un jabot tombant sur la main ou s'arrêtant au poignet avec garniture de fantaisie.

Les modèles plus avancés montrent cependant des manches de 3/4, les styles drapés étant plus en évidence pour les manches courtes.

Les dentelles sont en grande faveur.

Rares sont les vêtements ne comportant pas une applique de dentelle en quelque endroit que ce soit.

Les sortes lourdes sont employées de préférence avec des tissus épais, tandis que les dentelles délicates sont combinées avec des crêpes légers et des satins.

Styles pour enfants.

Les enfants dans la société élégante sont de plus en plus habillés en blanc avec des manteaux de broadcloth blanc ou de velours à côtes garnis de renard blanc ou d'hermine et s'attachant sur l'épaule. Certains sont munis d'une large ceinture de cuir. Les chapeaux répondant à cet habillement sont confectionnés avec les mêmes tissus ou en légère ben-

galine ou peluche et ornés de dentelle ou souvent de petites touffes de fleurs délicates.

Les jeunes filles plus âgées portent des manteaux de velours blanc ornés de fourrures blanches. Dans ce cas, le chapeau est blanc.

Tendance des chapeaux.

Le chapeau de velours noir est le plus en vue. Après, vient celui en blanc et noir, la combinaison favorite.

Sur les chapeaux blancs on remarque en fait de garnitures les plumes d'autruches blanches, le marabout, le gourgoutin et l'hermine. Les autres couleurs adoptées particulièrement en plumes d'autruche sont le vieux bleu, le vert émeraude, le gris clair et le violet foncé.

Les plumes changeantes se remarquent surtout dans la nuance allant du blanc au fauve clair (la couleur naturelle de l'autruche).

Les effets harmonieux.

Les toilettes présentant des effets harmonisés sont entrées dans le goût du public. On peut noter dans cette catégorie beaucoup de broadcloth ou de satin avec le chapeau en velours. Parmi ces derniers on signale une préférence marquée pour les fondus violet foncé. Les formes de grandeur moyenne prédominent. Pour le port du soir on voit quantité de petits bonnets et de capes en dentelles d'or.

Les fourrures s'emploient à profusion.

Les fourrures entrent dans toutes les confections, parfois même pour chapeaux entiers avec une écharpe assortie. Le skunk, l'hermine, le seal, la taupe et le renard sont celles les plus couramment choisies.

Les dentelles préférées.

Quantité de dentelles ombrées et de Chantilly sont notées particulièrement sur les corsages. Toutes les robes se terminent au cou par un empiècement de dentelles légères. Pour l'après-midi les empiècements de ce genre sont munis de cols hauts et leur faveur contrebalance celle des effets sans cols.

Beaucoup de robes de soirée offrent une combinaison de dentelles légères avec du chiffon, ce dernier assorti au reste de la robe qui est généralement en satin de couleur.

Sur les riches manteaux du soir on fait des appliques de dentelles en formes de bandes ou de larges cols soit en Venise soit en macramé.



Robe d'après-midi composée de chiffon et de dentelle et mettant en évidence la combinaison en vogue de ces deux fournitures. Les points de style de ce modèle sont le fichu du corsage se rattachant au dessus de la jupe, et la découpe du devant. Modèle de la maison Troussaint Soeurs, Paris.

LA SITUATION DE LA BONNETERIE

Bonnes affaires pendant l'automne. — La situation actuelle.

Le passage suivant d'une lettre d'un des plus gros fabricants de bonneterie exprime exactement le sentiment général de tous ceux intéressés à cette ligne:

"Nos affaires ont été particulièrement bonnes cette année, nous n'avons pas eu à souffrir de ces intermittences si désastreuses au commerce durant certaines années, il n'y a eu ni détente, ni morte saison comme il se produit trop souvent. Nous sommes en ce moment plus satisfaits des affaires jusqu'à ce jour. Malgré nos perfectionnements apportés dans la fabrication, notre production a été moindre que la demande et nous devons exécuter notre travail sans arrêt pour assurer à temps les livraisons des articles pour 1912. Nous pensons que notre appréciation est en concordance avec la perspective générale des affaires."

Voilà une lettre qu'il serait bon de mettre sous les yeux de ceux qui se plaignent d'une façon continue du calme des affaires et geignent sans répit sur leur sort, aussi bien dans le commerce de bonneterie que dans les autres.

1911

1912

Compliments.

A nos Amis et Clients
nous offrons nos meilleurs
souhais pour un
Joyeux Noel et une Heu-
reuse et Prospère Nouvelle
Année.

R. D. Fairbairn Co. Limited
Toronto.

PRESIDENT : - RHYS D. FAIRBAIRN.
1er VICE-PRESIDENT : - T. J. KNIGHT.
2e VICE-PRESIDENT : - W. C. CLIFF.
Directeurs : C. N. TAYLOR, E. MCGONEGAL.

Pour que votre branche marche dans la voie de la prospérité, perfectionnez vos moyens de fabrication, faites mieux que ce que fait précédemment et prouvez au détaillant qu'aucune autre marchandise ne pourrait être supérieure à celle que vous lui offrez.

La plupart du temps, les perpétuels plaignants fulminent contre les affaires sans raisons, les conditions ne sont nullement désavantageuses, leur scepticisme imaginaire crée tout le mal et ne manque pas d'immobiliser et d'annuler leur force de persuasion, sans compter l'influence fautive et pénible qu'ils ont sur le marché.

TOURS DE COU POUR FEMMES

Les ordres reçus sont satisfaisants — Notes de printemps.

Les jours de fête ont suscité une grosse demande pour les cascades de dentelles et autres articles se portant avec ou sans jabots, chemisettes, guimpes, fanfreluches de satin floral et autres garnitures diverses — Les grands jabots avaient été pris en stock dès le commencement de la saison en prévision de la demande immédiate et de celle des fêtes à venir.

Aucune voix discordante n'est venue jeter une note de mécontentement dans la satisfaction générale des ordres reçus pour les fêtes de la Noël et du Jour de l'An. On peut dire carrément que la saison a été meilleure que celle correspondante de l'année passée.

Parmi les articles qui ont eu le plus de succès, il faut relever tout d'abord les cascades et les jabots de fantaisie plissés. Les détaillants se sont approvisionnés de jabots de côté en telles quantités pour les ventes d'automne que leurs commandes pour les fêtes en ont été réduites d'autant et ce sont les cascades et nouveautés semblables qui ont été prises à leur place. La plupart des fabricants ont cependant le sentiment que les jabots de côté figureront encore en bonne place dans les lignes de printemps. Leur prévision semble justifiée par la quantité de jabots achetés, pour offrir comme cadeaux pour les jours de fête.

Chemisettes et guimpes

A l'heure actuelle les articles les plus demandés sont les chemisettes et les guimpes de dentelles d'ombre. De gros ordres ont été recueillis pour ces dernières en blanc crème et écru, les noires figurant en quantité beaucoup moindre.

Les prévisions pour les accessoires de ce genre pour le printemps prochain sont excellentes.

Parmi les numéros à succès dans les tours de cou pour la vente des fêtes, il faut mettre en premier lieu les dentelles de fantaisie portées avec ou sans jabot. Certaines affectent la forme de jabot de côté, cascade ou jabot plat avec le bord inférieur en biais.

Grands et petits cols

Les grands cols en imitation de Venise, de macramé, etc., n'ont pas été oubliés dans les lignes spéciales pour les fêtes et sont en grande vogue parmi les meilleures dentelles d'un prix élevé.

Le vrai Cluny et l'imitation de Cluny sont très employés pour la confection des cols de ce genre.

Un autre spécimen de tour de cou confectionné avec le vrai Cluny ou l'imitation est le col hollandais formé de petits carrés qui peuvent également s'employer avec un goût parfait dans les plus délicieuses combinaisons.



A. Robe de soirée en satin blanc. Tunique de tissu vieil or avec motifs de chrysanthèmes en couleur nationale. Blouse drapée de dentelle blanche. Veste de macramé. Ceinture de satin émeraude. Barette de tissu or et perles vertes.

B. Robe de soirée en crêpe blanc météore. Jupe piquée avec traine en pointe. Tunique de chiffon blanc avec fleur de lys de velours noir en relief. Taille haute. Col de dentelle ancienne flamande, couleur beurre. Bordure de frange de cheville noire.



Simple bonnet de velours noir doublé de satin vieil or. Garniture or. Modèle de la maison Renard.

LA SAISON DE DENTELLES

Demande de broderies en prévision des ventes de janvier.

Les broderies fines sur batiste écru seront plus en faveur que jamais pour les articles d'un prix élevé — Les dentelles de Venise et d'ombre se sont vendues excessivement bien.

De l'avis de la majorité des voyageurs de dentelles la saison d'automne a été particulièrement brillante et nombre de maisons accusent une augmentation appréciable sur les chiffres de l'année dernière. Les importateurs ont commencé à livrer leurs ordres de broderies que les détaillants mettront en vente prématurément en janvier en même temps qu'ils feront leurs ventes de blancs.

Les nouveautés en volants ont obtenu un accueil chaleureux et beaucoup d'acheteurs s'en sont munies en quantités importantes surtout dans les sortes en coulées.

Les belles broderies de batiste écru marqueront le commerce tenant les hautes qualités et leur faveur dépassera celle de l'an dernier.

Broderies Colbert.

Parmi les autres nouveautés auxquelles le public réservera une approbation certaine et qui répondront à la demande du consommateur, les plus appréciées seront les broderies Colbert en dessins découpés et les gracieux effets sur beau crepe de coton qui seront le point marquant des nouveautés de blanc de la saison à venir.

Les volants de 45 et de 27 pouces sont les plus demandés, mais on remarque une faveur naissante pour celui de 78 pouces. Les bandes étroites et les galons constituent un large approvisionnement pour les magasins vendant des marchandises de tous prix tandis que les maisons s'adressant à la clientèle riche se sont rabattues sur les bandes larges.

La demande en dentelles.

La saison d'automne a été meilleure que jamais aussi bien dans les qualités bon marché que dans celles d'un prix élevé. La majorité des importateurs ont reçu des ordres très importants et la plupart des maisons se félicitent d'avoir à enregistrer une grosse augmentation d'affaires.

Le marché a été particulièrement animé dans toutes les sortes de dentelles. Les deux cependant qui ont profité de ce regain de commandes sont les dentelles de Venise et les dentelles d'ombre.

Les macramés, les Cluny et les filets sont parmi les dentelles lourdes, celles qui ont été préférées. L'Irlande véritable continue à se vendre, les maisons fournissant la haute société en ayant surtout consommé une grosse quantité.

Les favorites parmi les dentelles légères.

Dans les dentelles légères la demande n'a pas été moins active et les Chantilly ont surtout accaparé cette faveur, principalement parmi la clientèle riche.

Les fabricants de confection ont choisi les Cluny et les Valenciennes pour les sous-vêtements, tandis que les Cluny, les étroites imitations de filets, les duchesses et les variétés de dentelles similaires étaient adoptées particulièrement pour les costumes.

Le corsage de dentelle est devenu un point marquant de la mode actuelle et toutes les variétés de dentelles y sont représentées; souvent le même corsage offre une combinaison de deux sortes de dentelles différentes. Parmi celles les plus employées à cet effet, on peut noter les Venise, les Cluny, l'antique, le filet, les légers macramés, les effets d'ombre et comme dentelles de grand luxe, les malines et les Chantilly.

LE MOYEN DE CONSERVER LES CLIENTS.

Un vendeur, devra, avant tout, être attentif, courtois et empressé aux désirs de ses clients, quelle qu'en soit l'importance.

C'est affaire au vendeur de donner satisfaction au client et de montrer à tous nouveaux venus le désir qu'il a de traiter avec eux.

Ce n'est pas une perte de temps que de prêter attention à ce que vous dit le client, même s'il vous raconte ses affaires personnelles dont vous n'avez que faire; s'il vous fait part de ses ennuis, vous devez l'écouter d'une oreille sympathique; en agissant ainsi, vous gagnerez sa confiance et vous pourrez lui vendre ce que vous voudrez.

Dans l'édication d'un vendeur, la courtoisie est la qualité essentielle. Allez à la rencontre du client, lorsque vous l'apercevez à la porte de votre magasin; n'attendez pas qu'il vienne à vous, devancez son salut en lui donnant une cordiale poignée de main et lui souhaitant la bienvenue.

Si vous êtes occupé, saluez-le rapidement en vous excusant et en lui disant que dans un instant vous serez à lui. Il appréciera votre empressément, et presque toujours vous attendra, parce qu'il comprendra le désir que vous avez de faire affaires avec lui.

Si un client desire un article conrant, et que vous n'en ayez pas pour l'instant, ne lui répondez pas simplement: "Je regrette, mais je manque de cet article"; ne vous en tenez pas à cette explication négative, mettez-vous plus entièrement à sa disposition en lui faisant savoir que vous serez enchanté de le lui procurer, dans la journée même, s'il se peut. Il y a beaucoup de chances, pour qu'il accepte votre proposition et de cette façon vous l'aurez empêché d'aller ailleurs. Par contre, si vous le laissez partir une fois, deux fois, trois fois, sans lui donner satisfaction, il se lassera et ne tardera pas à ne plus revenir du tout. Dissuadez-vous pour procurer l'article qui vous manque chez un concurrent et ne faire aucun profit sur cette vente, n'hésitez pas, agissez ainsi; cette vente particulière est de minime importance, ce qui vaut la peine d'être considéré, c'est la clientèle, la visite journalière de votre client, et c'est à ce point de vue que vous devez vous placer.

En un mot, soyez serviable, attentionné, courtois, servez promptement et correctement votre client, et quand il aura besoin de quelque chose dans les articles que vous tenez, il prendra tout naturellement le chemin de votre maison.



Chapeaux de velours noir avec frange de crochet en forme de goutte. Modèle de la maison Greenhut-Siegel Co.

SALLE D'ÉCHANTILLONS
MONTREAL: 242 rue St-Jacques
CHAMBRE 2

SAISON 1912

SALLE D'ÉCHANTILLONS
OTTAWA: 111 rue Sparks
CHAMBRE 2

Les Etoffes à Robes "Renommée"
sont très populaires. Notre Assortiment
pour le Printemps prochain est au complet.
Nos Serges et Vicunas "Sphinx" sont toujours
en grande demande. La marque est une garan-
tie de leur qualité. Tweeds, Meltons,
etc., etc.

Assortiment de premier choix dans les
lignes suivantes: Lingerie pour dames, Che-
mises négligées pour hommes, Collets, Cravates,
Gants, Bas, Rideaux, Mousselines, Garnitures à
robes, Rubans, Soies, Ceintures, Broderies de
toutes sortes, etc., etc.

PRINTEMPS

GARNEAU Limitée
QUÉBEC

Couvertures de chantiers, Tapis, Rugs, Pavil-
lons, Camisoles pour dames et pour hommes,
Combinaisons, etc., . . . Les commandes par malle
sont l'objet d'une attention toute particulière.
Confiez-nous une commande, et vous en
serez satisfaits.

Notre département de Cottonnades, Fla-
nelles, Guillaumes, Indiennes, Suitings, etc.,
est prêt à recevoir les commandes du Printemps.
Voyez nos échantillons avant de placer vos ordres
ailleurs; il est de votre intérêt de voir
notre voyageur.

SALLE D'ÉCHANTILLONS

HALIFAX: Keith Bldg.
CHAMBRE 9

A tous nos nombreux clients nous disons merci pour le patronage accordé, et nous leur souhaitons une bonne année et succès pour l'année 1912.

A. Racine & Cie
Montréal.

Ottawa, 111 rue Sparks.

Manchester Angl.

Quebec,

11a Albert Square,

68 rue de l'Église.

Halifax, Can,

AU ROYAUME DES CHAPEAUX

Les fourrures sont plus que jamais employées — Nouvelles formes de garnitures.

Les plumes d'autruches tiennent la première place dans la faveur publique — La nouvelle façon de porter la plume d'autruche est de la disposer sous forme de petite plume toute droite, ou en cocardes ou épis de Prince de Galles accrochés sur le devant — La forme de chapeau Rembrandt dont la caractéristique est la calotte de forme bérêt tend à devenir un modèle très en vogue pour le printemps.

De toute évidence, c'est le chapeau de fourrure qui a le plus de popularité cette année. On peut compter les saisons qui ont présenté dans leurs modèles un tel déluge de fourrures, peu atteignant à la vogue que cet ornement remporte dans la présente. La première adaptation de la fourrure aux chapeaux se fit tout d'abord en forme de toques, mais cet hiver cette mode a gagné les chapeaux moyens et ceux à larges bords et la plupart d'entre eux sont recouverts de peaux de poils courts. Parmi les arrangements multiples de fourrures sur les chapeaux, on remarque surtout des formes ayant la calotte et le dessus des bords recouverts de seal, de taupe ou d'hermine, tandis que le dessous de la passe est tendu avec du velours, de la soie, de la maline ou de la dentelle.

On voit beaucoup de chapeaux souples en imitation de seal. En général, ils sont de dimensions moyennes, la calotte en est ronde et le bord large de 3 ou 4 pouces est relevé de tous côtés. Il en existe qui sont garnis de plusieurs rangées de fils métalliques incrustés dans le bord et qui permettent de donner à la forme l'aspect que l'on désire rabattu ou relevé sur le devant, derrière ou sur les côtés, d'une façon correcte ou irrégulière à la fantaisie de la personne qui la porte.

Les chapeaux de ce genre les plus nouveaux de la saison sont faits en peluche ou en chenille.

Nombreux ornements de fourrures.

Les garnitures de fourrures se font dans mille espèces variées, on en voit de toutes catégories et cet adaptation donne naissance aux plus délicieux modèles. On y emploie indistinctement les fourrures à longs ou courts poils. L'imitation de seal est courante. L'hermine et la taupe sont le plus souvent combinées avec le seal véritable pour les modèles riches.

Le skunk et l'opposum servent comme garnitures coupés en bandes larges ou étroites, ces dernières faisant office de franges pour accentuer et marquer le contour des bords du chapeau et border les garnitures telles que oreilles d'âne en velours, dentelle, maline, etc. On fait un fréquent usage du skunk, de l'opposum, de la taupe ou de l'hermine en fourreaux étroits qui encerclent la calotte et se terminent par un noeud plat de même fourrure placé sur un des côtés de la calotte.

Combinaisons favorites avec les fourrures.

L'autruche est souvent employée de pair avec la fourrure.

On a beaucoup remarqué un joli modèle à larges bords en velours noir avec la calotte pleine et garnie de deux épaisseurs de crêpe de France blanc et de plumes d'autruche blanches défrisées. Une longue plume simple encerclait la calotte. Une bande étroite d'hermine courant le long de la

nerve tenait le duvet écarté. On pouvait voir un modèle similaire avec une plume unique au côté gauche avec un filet étroit d'hermine le long de la nervure, le filet d'hermine étant doublé d'une bande étroite de renard noir.

Une autre combinaison fort appréciée est celle de la dentelle avec la fourrure. Beaucoup de chapeaux de velours ont leur calotte recouverte de dentelle d'or, on portait cette applique soit sur les bords, soit dessous, une bande de fourrure contourne la calotte et des brides de velours ou des



A. Manteau d'automobile de ratine grise. Col et poignets en taupe. Modèle de Drecoll.

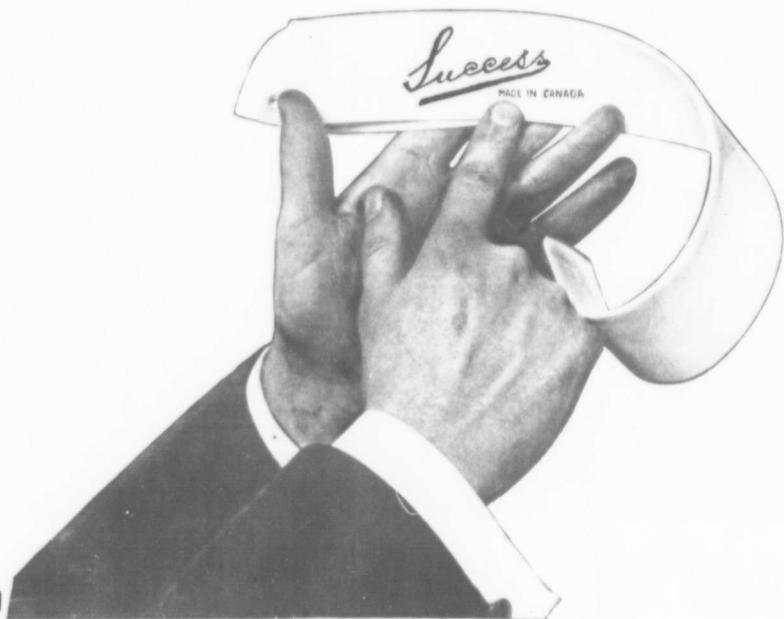
B. Manteau d'automobile de ratine reversible, champagne et blanche. Boutons de perles blanches. La ratine blanche forme un profond col rond, en arrière. Modèle de Drecoll.

oreilles de lourdes dentelles, de velours, de satin ou autres servent de garnitures.

Emploi des garnitures de dentelles.

La dentelle blanche ou écarlate dont on se sert actuellement sur les chapeaux est ordinairement choisie parmi les variétés les plus lourdes: macramé, Venise, Irlande, etc., tandis qu'on adopte plus volontiers pour les dentelles noires les sortes plus légères telles que: Chantilly et dentelles d'ombre.

Noté un large chapeau de velours noir modèle français ayant un volant de dentelle d'ombre suivant la base de la calotte et tombant sur le bord de la passe. A la partie infé-



**TENEZ-VOUS LA LIGNE
"SUCCESS" ?**

En offrant à vos clients la ligne "Success", vous leur offrez les formes les plus nouvelles—dans toutes les grandeurs— (et taillées conformément à la grandeur).

Vous pouvez garantir que les faux-cols "Success" sont meilleurs que tous les autres faux-cols vendus à raison de 2 pour 25c au Canada.

Les faux-cols "Success" vous sont fournis blanchis à la perfection—prêts à être portés et en de jolies boîtes.

Questionnez votre marchand de gros au sujet des faux-cols "Success"—il vous dira qu'on en porte plus que de faux-cols de toute autre marque.

The Canadian Converters Co. Limited.
Montreal

rière de la calotte était posé un filet de skunk, tandis qu'un second filet de même fourrure ornait la partie supérieure à moitié de la calotte. Sur le côté, une touffe d'aigrettes et de paradis noirs.

Les chapeaux portés par les jeunes personnes.

Les jeunes filles portent plus particulièrement les petits chapeaux : tailleur genre Pierrot de grandeur moyenne, la calotte légèrement conique et les bords étroits. Ils sont confectionnés en velours, en peaux rasées, en castor et portent ordinairement pour toute garniture une petite plume droite, marabout, brosse ou pompon. Cette garniture est le plus souvent disposée en plein centre sur le devant.

Une forme également en vogue et courante est le petit bonnet de velours en couleurs pastels sombres ou noires et ornées de fourrures.

Les chapeaux Rembrandt ou artistes.

On remarque l'apparition de pittoresques Rembrandt en velours noir. Certains comportent une calotte plate extrêmement large et disparaissant sur le devant dans un bandeau profond allant de la base de la calotte jusqu'à son faite. Ce bandeau est très large sur le côté gauche et sur le devant, il cache complètement la calotte, mais il va en se rétrécissant pour atteindre le côté droit et le derrière et est caché alors par le mouvement retombant de la calotte. Pour tout ornement une plume d'autruche placée obliquement sur la partie la plus large du bandeau de façon à ce que l'extrémité du duvet vienne balayer le bord de derrière du chapeau. Un autre modèle dans ce genre est tendu de velours noir et comporte une calotte beaucoup plus petite, il est garni de petites plumes noires Prince de Galles placées sur le devant et droites.

Les fleurs en velours.

Quelques-unes des plus belles formes tendues de velours sont garnies de fleurs de velours et de chiffon en tons grands d'une même couleur. Les couleurs choisies de préférence sont foncées et se réduisent aux tonalités prunes vertes et rouges couronnement.



Chapeau de velours noir bordé d'une passementerie de soie noire. Sur la calotte, effets de paradis. Modèle de la maison Grechun-Siegel Co.

DENTELLES D'IRLANDE FABRIQUEES EN SYRIE

Il y a dit un célèbre dicton, des gens qui se disent Espagnols et ne sont pas du tout Espagnols. Il paraît que pour la dentelle, c'est tout à fait la même chose. La dentelle d'Irlande se fabrique, paraît-il, dans des proportions importantes, au Liban, et c'est de cette région qu'on les exporte. Depuis cinq ans, dans toute la Syrie, principalement au Liban, jeunes filles abandonnent peu à peu les filatures de soie et se consacrent au travail de la dentelle, plus rémunérateur. Cette spécialité a trouvé un débouché avantageux en Amérique. La production syrienne représente une valeur de deux millions de francs; elle s'écoule presque toute aux Etats-Unis.

Ajoutons que le "fil d'Irlande" est acheté pour un quart en Angleterre, pour trois quarts en France. On n'en fait pas venir de la "Verte Erin". L'importateur confie aux ouvrières un poids donné de fil et leur indique le genre de dentelle qu'il désire. Les ouvrières doivent lui remettre un poids de dentelle égal au poids de fil reçu; on tolère un déchet de 5%. Le prix, fixe à l'avance, peut être diminué ou augmenté suivant la finesse de la dentelle, mais l'ouvrière a la faculté, si l'offre du négociant ne lui convient pas, de garder son travail et de le placer ailleurs, au mieux de ses intérêts.

En dehors des négociants qui s'intitulent "fabricants de dentelles", il existe des commissionnaires qui achètent la dentelle soit à l'ouvrière, soit au fabricant, pour le compte d'importantes maisons américaines.

Il est si singulier d'appeler dentelle d'Irlande une dentelle fabriquée au Liban avec des fils français qu'on commence à qualifier ce produit de "dentelle de Syrie", ce qui ne lui enlève aucun de ses mérites et à l'avantage de mieux correspondre à la réalité.

SUGGESTIONS UTILES ET PRATIQUES POUR LE COMMERCE PENDANT LES TEMPS DE FETE

N'oubliez pas que la Noël et le Jour de l'An sont les moments les plus propices pour l'achat d'un cadeau que l'on veut faire.

Selectionnez les jouets et les cadeaux pour jeunes filles en deux catégories bien distinctes pour le discernement facile du public et pour votre propre commodité.

Les indications de cadeaux pour "femmc.", pour "hommes", pour "enfants" doivent comporter les prix et les renseignements détaillés, sans quoi leur effet sera nul et le public s'adressera ailleurs.

Ne propagez pas cette idée que les articles que vous vendez pendant les fêtes seront cotés plus chers une fois les fêtes passées, car cela vous fera du tort dans les affaires au cours de l'année.

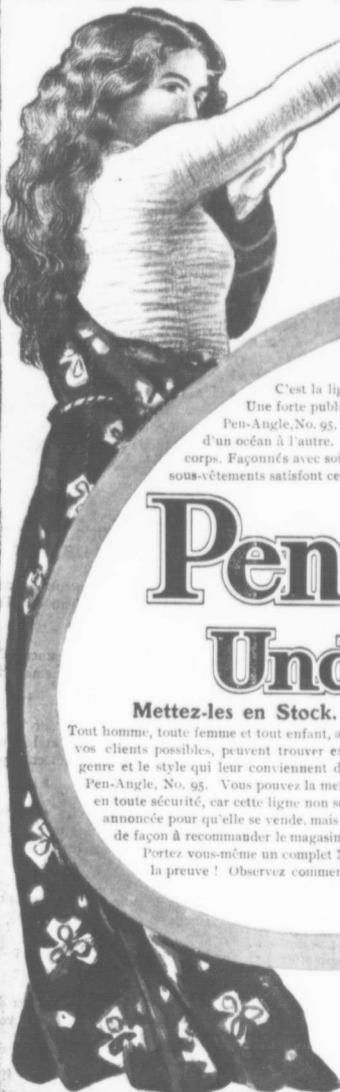
Les magasins restant ouverts le soir doivent annoncer cette ouverture dans les journaux.

Ne permettez pas aux "extras" de quitter leur poste pendant les jours de fête.

Dressez dans votre vitrine un paysage liliputien ou des groupes d'enfants en y plaçant les jouets pour bébés et vous facilitera la tâche de vos vendeurs.

Accordez librement le service de votre téléphone à tous visiteurs.

Order # 95



Commandez le No. 95.

C'est la ligne dont la vente va battre tous les records.
Une forte publicité, ajoutée à une valeur de bon aloi, fait du Sous-Vêtement Pen-Angle, No. 95, l'article de grande vente dans tous les magasins entreprenants, d'un océan à l'autre. Il est tricoté de façon qu'il se conforme confortablement au corps. Façonné avec soin de la laine du meilleur choix que le monde puisse produire, ces sous-vêtements satisfont ceux qui les portent et augmentent la renommée du magasin qui vend

Pen-Angle Underwear

Sous-Vêtements
qui
Satisfont.

Mettez-les en Stock.

Tout homme, toute femme et tout enfant, au nombre de vos clients possibles, peuvent trouver exactement le genre et le style qui leur conviennent dans la ligne Pen-Angle, No. 95. Vous pouvez la mettre en stock en toute sécurité, car cette ligne non seulement est annoncée pour qu'elle se vende, mais elle est faite de façon à recommander le magasin qui la vend. Portez vous-même un complet No. 95...voilà la preuve! Observez comment il s'adapte

à chaque ligne du corps... comment il cède sans former de plis... comment il donne du confort à la peau sans l'irriter. Vous ne pouvez pas, votre clientèle non plus, trouver un sous-vêtement qui vaille si bien l'argent payé pour lui. C'est pourquoi il se vend si bien.



PENMANS LIMITED,
PARIS, CANADA.

Bas — Sweaters — Sous-Vêtements.

SACHEZ DECORER VOS VITRINES POUR LES JOURS DE FETE

LA NOUVEAUTE DANS LES ETALAGES DES DEVANTURES

La façon d'attirer l'attention des clients. Les sources auxquelles on doit puiser des idées. — Faites une devanture originale.

Nous voici entrés dans la période dite "des fêtes", c'est le moment où jamais de s'appliquer à rendre les vitrines attrayantes; tout comme les personnes, les magasins ont leurs parures de fêtes et c'est bien l'instant de les en revêtir avec goût et suivant les règles de l'art.

Il n'y a, à proprement parler, rien de nouveau dans l'art, la forme seule change, et les meilleurs d'entre ceux qui établissent les plus beaux étalages ne font que se servir de vieilles idées auxquelles ils donnent une plus récente application.

La nouveauté n'est pas sans importance dans la composition des étalages aussi bien que dans l'art de présenter les objets et la façon de les disposer. Il est bon de viser modérément à l'originalité; néanmoins il ne faut pas s'en départir complètement, il faut avoir comme objectif d'attirer l'attention de la foule, adopter une disposition décorative qui ait un véritable cachet d'individualité sans être extravagante.

On ne peut nier qu'il y ait beaucoup de points de ressemblance dans les méthodes employées par les préposés à l'établissement des étalages. Prenez les mêmes dispositions de devantures, les mêmes marchandises et les mêmes époques, et vous remarquerez quantité de similitudes dans les arrangements. Le professionnel, lui, pointera maintes différences qui passeront inaperçues de la masse du public peu familiarisé à la technique de la garniture des vitrines. La foule n'analyse pas les mille petits détails d'une devanture, elle la regarde dans son ensemble et dans son aspect général.

Une femme par exemple, s'arrêtera, admirative, devant une scène de jardin, d'un caractère conventionnel et en gardera un souvenir d'ensemble; cinquante pas plus loin, si elle rencontre une seconde scène de jardin à une autre vitrine, cette disposition lui paraîtra exactement la même, elle n'y remarquera aucune différence alors que les spécialistes la trouveront totalement différente de la précédente. Il en est de même pour tous les ornements conventionnels tels que fleurs, feuillages, tonnelle, treillage, etc. Si les deux susdites vitrines étaient situées l'une à côté de l'autre, la différence sauterait au premier coup d'oeil, mais quelques pieds de distance suffisent à établir dans l'esprit du public une confusion complète.

Ceci ne s'applique cependant pas à toutes les vitrines, ni à tous les spectateurs de magasins, et il y a maintes femmes à l'observation aiguë qui ne manqueraient pas de noter les petites particularités charmantes d'un étalage d'un oeil aussi expert que le plus avisé des professionnels.

Néanmoins, en règle générale, la femme porte peu d'attention aux détails d'une devanture à moins que celle-ci soit d'un caractère tel qu'elle provoque une forte impression.

C'est pourquoi, le marchand qui fait son étalage et prend son travail au sérieux avec espoir de succès, doit travailler de son cerveau aussi bien que de ses mains. Il doit avoir de l'imagination et une bonne mémoire pour donner une forme pleine de goût à sa vitrine et en assurer une composition artistique. Il doit s'en rapporter à sa propre originalité aussi bien qu'à la technique.

L'homme vraiment habile dans cet art est celui qui se souvient d'une idée lorsqu'il l'a vue une fois et sait en faire l'application dans sa vitrine au moment opportun.

Cela peut paraître un peu paradoxal, cela peut sembler un non-sens, comme de mettre la charrue avant les boeufs,

mais c'est pourtant un fait avéré que le plus souvent les idées vous viennent du dehors et non du dedans. Le commencement d'une idée, la pierre d'achoppement d'une installation provient presque toujours de quelque chose que l'on a vu, entendu ou lu.

Aussi, au lieu de vous mettre martel en tête et de vous creuser l'esprit pour découvrir de nouvelles idées, regardons autour de nous et mille suggestions nous viendront. On en rencontrera partout. Il faut savoir regarder avec profit, noter et emmagasiner pour un usage à venir. L'idée d'un étalage nouveau peut vous venir d'une idée notée il y a quelques années. Que ceux auxquels la mémoire fait défaut ne négligent pas de consigner ce qui leur paraît intéressant. Cette note ne leur servira peut-être jamais comme elle peut leur être d'une utilité insonnorable, le moment venu.

Quelque étrange que cela puisse paraître, il est de pure vérité, que l'originalité en matière de devantures s'acquiert par l'étude des oeuvres d'artistes dans d'autres lignes. Cette étude vous inculque les principes fondamentaux des différentes manifestations de l'art et plus vous possédez cette science, plus il vous est aisé d'interpréter et de donner corps à vos propres idées. Il se peut qu'il y ait des génies de naissance, qui sans études préalables peuvent faire un arrangement original et artistique d'une devanture, mais le fait est rare. Ceux qui ont obtenu le maximum de réussite dans cette voie sont ceux qui ont poussé leurs études dans ce sens et ont travaillé d'une façon soutenue pour passer maîtres dans leur profession.

Quelques suggestions pratiques pour l'étalage des vitrines.

Il y a beaucoup de marchands qui même en ces jours de fête, ne comprennent pas l'importance d'un étalage et de l'aspect extérieur du magasin qu'ils tiennent. Alors que tous placent dans leurs vitrines des articles péle-mêle, il en est un grand nombre qui ignorent ou négligent la façon de les disposer de manière à attirer l'attention du public d'une façon certaine.

La nouveauté en matière d'étalage est un indice favorable au négociant.

L'instinct artistique est un bon atout dans son jeu, mais, il n'est pas indispensable pour gagner la partie; quelques bonnes idées suffisent, même si elles sont des reminiscences de ce qu'on a vu ailleurs. Il faut en conclure que le négociant doit toujours être sur le qui-vive, à l'effet des idées nouvelles présentées par les autres. Souvent une disposition pour une certaine ligne peut s'adapter avec le plus heureux effet à telle autre, quelques légers changements suffiront à cette appropriation.

Le but de l'étalage peut se diviser en deux points distincts: 1° plaire au passant et peut-être l'attirer, être une façon de réclame pour le magasin; 2° capter la curiosité du public par une marchandise spéciale, qui invitera et décidera les personnes intéressées à pénétrer dans le magasin et à y faire leurs achats.

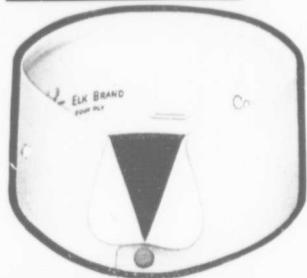
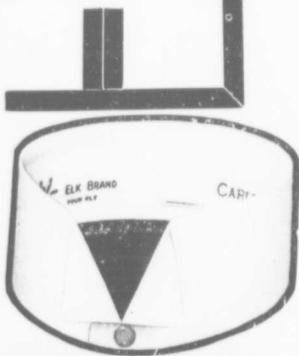
Les devantures savamment combinées sont pour beaucoup dans le bon résultat de la vente, car c'est en persévérant d'abord le regard que le détaillant arrive au porte-monnaie du consommateur.

Celui qui, en dressant son étalage, veut faire entrer une restreinte peut être comparé à l'homme qui veut faire en une seule journée le travail de toute une vie. Si le passant s'arrête à un étalage touffu c'est le plus souvent pour criti-

METTEZ dès MAINTENANT en STOCK

CES COLS CASSÉS QUI SONT à la MODE.

Soyez le premier dans votre localité à offrir ces deux genres de faux-cols cassés, du dernier modèle.



CARLETON, 1 7/8 " EN ARRIÈRE.
2 " EN AVANT

(Le Chaucer est un peu plus haut.)

Tous les deux sont de vente sûre pour l'automne et l'hiver et se vendront à tout homme qui désire suivre la mode. C'est la sorte de clientèle que sert votre magasin, n'est-ce pas ?

Mettez en stock les faux-cols Carleton et Chaucer.

**GRANDEURS
PAR QUART
DE POUCE.**

DE 13 A 18

CLIFFORD 2 " EN ARRIÈRE.
2 1/8 " EN AVANT.

(Le Colton est un peu plus haut.)

Ces nouveaux genres gracieux, élégants, sont à peu près les meilleurs qui aient jamais été produits par W. G. & R. Demandez des échantillons, si vous voulez . . . mais faites promptement une commande, car la demande sera forte. Les annonçons-nous au public ? Certainement.

\$1.10
LA DOUZAINÉ.

Grandeurs
par 1/4 de pouce.
Livraison
immédiate.

Mettez en stock nos faux-cols . . . nos annonces vous procureront la demande.

TRADE
W.G. & R.
MARK

THE WILLIAMS GREENE & ROME CO., LIMITED.

MANUFACTURERS A BERLIN ET HANOVER, ONT.

BERLIN,

BUREAU PRINCIPAL A

ONTARIO.

quer le goût de celui qui l'a établi, rarement pour acheter. Un étalage bien composé est un vendeur muet dont l'éloquence ne le cède en rien à celui en chair et en os qui est à l'intérieur du magasin: Il donne le désir d'acheter. Il devient une véritable impulsion. C'est une force vendante.

A notre époque de concurrence effrénée, celui qui néglige son étalage n'a pas d'excuses. Le même enthousiasme persuasif montré souvent par un vendeur, se manifeste d'une façon aussi intensive par l'étalage. Celui qui n'apporte pas de soins à sa vitrine s'embourbe dans une ornière dont il lui sera malaisé de sortir et le jour de ses mécomptes est proche.

Il est préférable de faire un superbe étalage une seule fois que d'en faire plusieurs incolores et dénués d'attraction. Chaque jour apporte dans notre genre de vie quelque chose de nouveau et il est bon de s'en informer par la lecture, car des applications multiples s'en dégagent.

L'effet de jolis étalages est souvent diminué par la poussière qui s'infiltré si rapidement partout. Elle couvrira en peu de jours le stock et la décoration si on ne prend pas les mesures pour la combattre. Beaucoup d'habiles décorateurs de vitrines y ménagent un passage de façon à ce que toute la vitrine puisse être atteinte et époussetée; mais il est à déplorer que trop de négociants négligent cette précaution pourtant essentielle.

On ne doit jamais mettre en vitrine des marchandises décriées par des expositions antérieures.

Certaines lignes ne doivent pas être exposées plus d'une quinzaine de jours. Enfin un gros élément de succès pour la vente est le bon éclairage de la vitrine. On peut disposer des lumières dans la décoration même; mais il est préférable d'établir un système à part provoquant des effets lumineux intenses et agréables à la vue. La lumière électrique se plie à merveille à toutes les dispositions des vitrines actuelles et quelle que soit la dépense qu'entraîne un éclairage luxueux, il ne faut pas hésiter à la faire car les résultats la justifient amplement. Les yeux se portent toujours machinalement sur ce qui brille.

**L'ENTENTE PARFAITE ENTRE EMPLOYES
DES DIVERS DEPARTEMENTS D'UNE
MAISON DE COMMERCE**

Nécessité de l'entente entre les vendeurs et les employés du service intérieur. — Comment on peut faire profiter un commerce.

Il y a tant de choses à dire sur ce qu'un vendeur doit faire pour que le succès couronne ses efforts et que sa maison soit satisfaite, qu'on est enclin à oublier tout ce que les comptables doivent apporter d'attention à leur travail. Pour la réussite d'une affaire, il faut qu'il y ait une étroite collaboration, une entente parfaite, entre les employés aux écritures auxquels incombent les fonctions de l'intérieur et les commis du dehors chargés des ventes.

Les patrons, dans beaucoup d'entreprises commerciales ont une tendance à oublier que s'il faut à un employé des mois et peut être des années de travail pour faire un client important, il suffit d'une minute pour le perdre. Disons le mot, une gaffe, faite par un comptable peut réduire à néant tout cet édifice d'efforts et l'énergie du vendeur se trouvera dès lors avoir été dépensée en pure perte.

Une lettre trop sèche, le paiement d'une facture réclamée à tort, l'oubli d'une réponse à donner à un client, un compte erroné ou envoyé en retard, une erreur d'expédition sont quelques-uns de ces mille incidents qui peuvent mécontenter un gros client et vous priver à jamais de ses ordres.

Nous ne nous attarderons pas à vous démontrer que livrer de la mauvaise marchandise à un client, c'est le perdre presque sûrement. Mais nous vous ferons part de ce que nous avons observé sur les rapports entre comptables et vendeurs dans la majorité des grosses maisons, il n'y a pas de

cohésion entre ces deux services, il y a même souvent une antipathie qui peut être la source de graves désagréments. Pourquoi donc cet antagonisme? Les employés aux écritures pensent que si les vendeurs s'acharnent à multiplier les affaires, c'est par esprit de taquinerie et pour leur occasionner plus de travail; les vendeurs de leur côté rencontrent chez les comptables un dédain inexplicable, les uns ne se rendent pas compte du travail des autres et il s'élevé une barrière infranchissable entre ces deux catégories d'employés qui devraient se donner la main. Ce sont des enfantillages, nous direz-vous; peut-être, mais cela ne manque pas d'avoir une repercussion sur la marche des affaires. Nous conseillons au directeur au risqué d'une importante exploitation commerciale, de rassembler les comptables et les vendeurs et de leur faire un discours bien senti, sur la nécessité des sentiments amicaux, les uns pour les autres et d'un parfait accord entre eux pour toutes choses; de leur montrer clairement que la dissension engendre la ruine et qu'il ne saurait y avoir prospérité et réussite, là où il y a division; d'apprendre aux employés de bureau toutes les difficultés contre lesquelles doivent se débattre leurs camarades du dehors, de leur faire comprendre combien il est difficile de faire un client alors qu'il est si facile de le perdre; d'écouter les plaintes, les revendications des uns et des autres, et de faire tout leur possible pour apaiser les dissensions et créer une atmosphère d'union et de cordialité.

Une chaîne, si solide qu'elle puisse paraître, ne saurait résister au moindre effort, si l'un de ses anneaux manque soudain; ainsi, dans toute société, s'il y a de la discorde, si les différentes classes, les différents services ne se soutiennent pas mutuellement, c'est le désastre en perspective et la faillite totale de toute organisation. On ne se doute pas du formidable travail d'esprit qui incombe à un chef de maison. Il doit se décharger d'une partie de ses soucis et de ses fatigues sur les chefs de service; ceux-ci à leur tour doivent partager et porter ce fardeau avec leurs employés.

Pour marcher dans la voie du succès, l'accord doit régner dans le travail, chacun doit savoir supporter sa part de responsabilité personnelle, et comprendre que le labeur et la fidélité d'un chacun contribue au succès de tous.



Costume de soie "Ottoman" en violet rouge. Revers de fleurs métalliques, bordés d'un ruban de velours noir. Les tuyautés et les boutons sont de velours noir.

Ratiné gris bleu avec velours rayé rouge. Garniture de boutons oxydés en forme de petites boîtes et lantes tres-acés.

Suivant l'Evaluation du Gouvernement \$100,000,000.00

De profits furent faits sur les transactions immobilières de l'Ouest pendant l'année 1909.

Êtes-vous de ceux qui savent participer aux bénéfices énormes pouvant résulter dans l'accepter des propositions qui vous sont faites par vos amis de l'Ouest? Ou bien de ceux qui négligent ces conseils? Autrement dit, êtes-vous celui qui sait profiter de la chance qui s'offre à lui? Ou l'infortuné qui n'a pas assez de décision pour la retenir au passage?

On admire ceux qui peuvent dire: "Il y a 5 ou 10 ans j'ai eu la chance d'acheter telle propriété à \$100 ou \$500, et maintenant elle vaut \$10,000. Mais on se moque de ceux qui tiennent ce pr. pos. dans ces termes: "J'aurais pu acheter et gagner cette grosse somme."

Voulez-vous être celui qui dans 5 ans pourra dire qu'il a eu la chance d'acheter à Poe, Alta., un lot de terrain de \$50 ou \$100 dont la valeur à cette époque sera de \$1,000 ou \$1,000?

Dépêchez-vous d'en faire l'acquisition pendant l'année 1911.

Poe est destiné à devenir un important centre commercial.

Poe est situé sur la ligne principale du chemin de fer du "Grand Tronc Pacifique" entre Edmonton et Saskatoon. Cette ville se trouve dans une des plus jolies contrées fermières de l'Ouest Canadien. Tout le pays est habité par des fermiers en pleine prospérité et deviendra par conséquent le centre du marché pour le nord de l'Alberta. La région de Poe possède de riches mines de houille et est située à proximité de rivières, de lacs et d'immenses forêts dont l'accès est proche et facile. Ces ressources naturelles assurent à ceux qui y résident un coût de vie très bon marché, ainsi qu'une activité commerciale intensive, les deux éléments essentiels à l'édification d'une grande ville.

Poe, centre manufacturier.

L'emplacement de la ville et des territoires contigus se prête admirablement à la construction de grosses usines et à l'organisation de vastes entreprises de quelque espèce que ce soit et nécessitant un grand nombre d'ouvriers. Les rivières et les lacs y fournissent l'eau en abondance; les champs riches en houille, et les forêts très fournies lui assurent un combustible peu coûteux et un matériel de construction bon marché; les terres de fertilité produisent des denrées abondantes, tous produits qui contribuent à la facilité de la vie. La ville est située sur la ligne principale d'un chemin de fer transcontinental, mettant à la portée de tous les plus grandes commodités de transport. En un mot, tout concourt à y assurer une main d'œuvre peu coûteuse et par conséquent à faire de Poe un des plus importants centres manufacturiers de l'Ouest.

COUPON DE RENSEIGNEMENT

Messieurs.—Ayant l'intention d'acheter une propriété dans Poe, Alta., veuillez m'adresser s. v. p. d'amples informations avec plan et liste des prix. Vous m'obligerez.

Votre dévoué

NOM

ADRESSE

L'emplacement de Poe fut lancé récemment sur le marché et déjà plus de 200 lots ont été vendus et même revendus avec d'importants bénéfices. La plupart de ces lots furent achetés par des représentants d'hommes d'affaires du Canada qui dès maintenant profitent de leur prévoyance et de leur perspicacité.

L'emplacement de la ville est élevé et par conséquent très propice aux besoins de la construction.

La chance

que nous mettons à votre portée sera sans effet pour vous, si vous ne possédez pas assez de décision pour agir.

Vous pouvez être très instruit, jouir d'une belle intelligence, lire une quantité de livres, voyager beaucoup et rencontrer mille moyens de faire fortune; si vous n'avez pas la décision pour mettre en pratique les conceptions de votre jugement et de votre intelligence, toutes ces qualités enviables ne vous serviront de rien, elles seront sans effet.

Les lots de Poe sont de merveilleux placements aux prix actuels.

La ville est appelée à croître rapidement.

Profitant de termes de paiements faciles il vous est aisé d'acheter, et si vous n'achetez pas immédiatement c'est parce que vous manquez de décision et vous n'égarez jamais les hommes riches, entrepreneurs et intelligents que vous admirez.

La vente par "Titres Torrens".

Nous vendons les terrains de Poe par le Système des "Titres Torrens"; cette méthode comporte la garantie du Gouvernement et offre par conséquent toute sécurité.

Prix et termes de paiement.

Les prix des lots sont de \$50 à \$100 et ils peuvent être achetés à terme, un dixième comptant, et la balance en dix-huit paiements mensuels égaux; ou, le quart comptant, et la balance en dix, douze ou dix-huit mois.

Renseignements.

Nous avons établi une circulaire documentée, donnant tous les renseignements désirables concernant la ville de Poe et son avenir, avec plan mentionnant les lots à vendre. Si vous désirez recevoir cette circulaire intéressante et détaillée veuillez couper le coupon de renseignement à côté de cette page et nous l'adresser, par la poste, nous y répondrons par retour du courrier.

Poe est une belle ville nouvelle où tout commerce ou autres professions peuvent être assurés du succès.

"THE WALCH LAND CO."

Ventes de terrains à cultiver ou à bâtir.

Portage Ave., corner Fort st., Winnipeg, Man.

PAR OU S'EN VONT VOS BENEFICES!

Quelques-unes des raisons pour lesquelles, une entreprise commerciale apparemment en pleine prospérité, tombe tout à coup. Coupages qui échappent à l'œil du maître mais minent secrètement et sûrement les finances d'une maison

Le vieux dicton: "mille petites fissures font couler un gros navire" peut s'appliquer aux entreprises commerciales.

S'il était possible de déterminer les causes exactes de la plupart des faillites en faisant par le menu le détail des dépenses qui y ont amené, on se rendrait aisément compte qu'elles sont dues en grande partie à mille petites pertes, en apparence insignifiantes et que le commerçant est trop souvent tenté de négliger.

Les coupages qui englobent les bénéfices d'une maison et l'accablent à la faillite peuvent provenir d'une foule de causes. Les gros coupages sont moins dangereux, ils ne peuvent échapper à l'œil du maître qui y met promptement bon ordre, et y apporte un remède radical sur l'heure, tandis que les petites fissures qui n'apparaissent de prime abord que comme des pertes insignifiantes accomplissent journellement leur œuvre destructive et rongent les finances d'une maison d'autant plus sûrement qu'elles passent inaperçues.

La mauvaise tenue des livres est une des plus fréquentes causes de faillite et il y a beaucoup de commerçants qui ne se doutent guère que ce département puisse entraîner de grosses pertes. Beaucoup de maisons accordent à leurs vendeurs des salaires importants et prennent pour tenir leur comptabilité des employés secondaires, des jeunes filles peu rémunérées et qui ont plus souvent les yeux sur l'horloge que sur leurs comptes. Le système de comptabilité étant bien établi, pensent certains commerçants, le travail du préposé à cette ligne n'est plus qu'un travail machinal et de routine. Est-ce bien vrai? Une erreur de compte peut indisposer contre vous un client et vous priver de ses commandes, vous faisant perdre ainsi un bénéfice équivalant au salaire d'un commis. Pareille chose ne se produirait pas si vous aviez un employé capable aux écritures.

Vous pouvez perdre de 10 à 100 dollars par semaine en faisant des prix exagérés sur des marchandises ou en donnant des prix erronés.

Les escomptes ne sont pas à négliger. Il vous serait aisé de payer nombre de billets 10 jours après la réception de la marchandise au lieu d'attendre trois mois, et les escomptes dont vous bénéficiez paieraient à la fin de l'année votre abonnement au téléphone ou le salaire d'un petit commis. Votre comptable agit-il ainsi? N'oubliez-il pas trop souvent la petite ligne du bas des factures mentionnant qu'un escompte de 5 ou 10 p.c. est accordé pour le règlement comptant. Il se figure la plupart du temps que son rôle consiste uniquement à débiter, créditer et balancer les comptes.

Maints coupages résultent des piètres achats. Un voyageur habile et rusé peut par de belles paroles faire prendre au marchand un stock exagéré ou lui vendre des articles d'un débit peu courant dont il ne connaît pas la qualité. Il arrive alors qu'au bout de quelques mois ces articles invendus et invendables sont relégués au fond du magasin ou sous un comptoir et la valeur du billet payé pour cet achat représente une perte nette pour la maison.

Un des coupages les plus dangereux provient de l'incapacité de beaucoup de marchands à établir un pourcentage

de bénéfices exact et à calculer la marge qui doit représenter les frais dans cette évaluation. Un négociant qui fait tranquillement ses affaires en s'imaginant obtenir 10, 20 ou 30 pour cent de bénéfice, alors qu'après déduction des frais il ne lui reste que 10 ou 15 p.c. ne tardera pas à se trouver dans une fâcheuse situation.

Les bonnes mathématiques sont un point essentiel pour la bonne conduite d'un commerce. Si vous ne vous sentez pas capable d'établir correctement vos pourcentages, faites-les faire par un autre, l'argent que vous y dépenserez sera loin d'être une perte, ce sera au contraire un bénéfice que vous vous assurerez.

D'importantes sommes sont perdues chaque année dans beaucoup de maisons de commerce par le manque de soin et le défaut d'économie dans l'usage des fournitures de bureau et des articles de correspondance.

Cette gâche était devenue si préjudiciable que certaines grosses maisons ont jugé à propos d'adopter un système indiquant la quantité de crayons et de papeterie employés par chacun. Les autorités fédérales dans le département du Trésor de New-York ont établi l'obligation pour chaque employé de présenter le bout du crayon précédant avant d'en recevoir un autre. Si étrange que cela puisse paraître cette mesure a donné comme résultat une économie de plusieurs milliers de dollars par an. Un système semblable a été adopté dans beaucoup de maisons pour l'emploi du papier carbone, des entées de lettres et des enveloppes. Les employés sont strictement responsables de toute enveloppe perdue ou gâchée. Il y a une certaine marge prévue pour la gâche, mais cette limite ne doit pas être dépassée.

L'usage des machines à timbrer et des fiches d'entrée et de sortie est devenu courant parce qu'il a été jugé nécessaire. De tels procédés ne préviennent pas seulement contre la malhonnêteté possible d'un employé, mais elle supprime aussi la tentation. Une boîte de timbres ouverte à tous venants est une perpétuelle invitation à y puiser pour ses propres besoins bien qu'à n'en pas douter beaucoup n'auraient jamais cette pensée.

La dépréciation du matériel peut être arrêtée ou accélérée suivant la manière des employés de s'en servir. Des fournitures de bureaux coûteuses comme les machines à écrire et les machines à duplicatas peuvent dans des mains inexpertes souffrir double dommage et usure qu'elles ne supporteraient entre des mains d'employés compétents. Lorsque vous choisissez un employé tenez compte de cela. C'est un gros coulage.

Rappelez-vous que ce n'est pas le chiffre important des ventes de vos commis, ni les milliers de dollars de marchandises que vous avez en magasin, ni le chiffre imposant porté au crédit des marchandises qui vous assureront le succès. C'est ce qui vous restera de bénéfice une fois vos dépenses déduites. Dans ces dépenses vous devez comprendre les coupages résultant d'un tas de causes. La grosse cargaison du vaisseau du naufrage si la coque fait eau par cent endroits différents.

Il n'y a qu'un moyen d'obtenir des résultats et c'est de veiller à ce que chaque département produise sa part de profits et supporte sa part de dépenses.

Parfois il est nécessaire que certains articles soient vendus à prix coûtant ou à un taux moindre, soit pour se débarrasser d'un stock encombrant, soit pour attirer la clientèle. Dans le premier cas, la perte doit être supportée par



Il conserve sa forme.

ELLIS

POUR HOMMES ET POUR DAMES.

Les Sous-Vêtements Ellis tricotés à l'aiguille à ressort

se classent à part d'eux-mêmes. Le marchand qui les vend fournit une marchandise de haute qualité.

Les sous-vêtements Ellis sont les plus confortables qui aient jamais été confectionnés. Ils assurent la meilleure clientèle.

Leur tissu s'adapte tout particulièrement aux combinaisons ajustées, également très avantageux pour chemises et caleçons d'hommes et pour tous modèles de sous-vêtements pour dames.

Voyez nos articles spéciaux en complets "Closed Crotch Union." Sous vêtements parfaits tant pour le confort que pour l'ajustage. Une nouvelle collection complète d'échantillons pour le Printemps 1912 est dès maintenant entre les mains de nos représentants.

Ellis Underwear Co., Hamilton, Can

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.

Les Gants de Peau

DE PEWNY

donneront un nouvel essor
à votre rayon de gants.

Ecrivez pour nous demander des échantillons de nos gants de peau fine pour dames à \$9.00 et \$11.50.

Ce sont certainement les meilleures valeurs offertes par n'importe quelle maison du Canada.

Nous avons un article avantageux en gants de peau pour dames que nous vendons \$4.00 la douzaine en toutes couleurs, et une autre qualité spéciale à \$6.50 la douzaine, avec doigts ouverts, dans toutes les nuances désirées.

Dans les gants "Cape" et "Mocha" doublés en fourrure, pour hommes, nous avons deux lignes spéciales à \$18.00 la douzaine.

Greenshields Limited,

MONTREAL.

FAUX-COLS

KANTKRACK

En Toile Doublée.

BON PROFIT.



Il y a un bon profit à faire sur les faux-cols. Ce n'est pas seulement cela, le profit est perpétuel, parce qu'une seule vente en procure beaucoup d'autres et que les clients deviennent des acheteurs réguliers des faux-cols.

Il est indéniable que les faux-cols sont de beaucoup les meilleurs faux-cols à l'épreuve de l'eau qui existent sur le marché.

Nous faisons de promptes expéditions grâce aux stocks que nous tenons dans les principales villes, à partir de Moncton jusqu'à Vancouver.

Ecrivez nous pour prix et échantillons, et nous vous indiquerons notre point d'expédition le plus rapproché.

Manufacturés au Canada par

The Parsons & Parsons Canadian Co.
Hamilton, Ontario.

J. R. DWANE, 329 rue St-Jacques, Montréal.

Agent pour la province de Québec.

Commandes exécutées promptement.
Assortiment complet en magasin.

le département et déduite des bénéfices totaux, dans le second, elle doit être inscrite au compte de la réclame.

Dans les magasins qui ne sont pas divisés par départements, il faut éviter autant que faire se peut, ces ventes à

perte. Nul ne peut vendre à perte sans courir à sa ruine.

Le véritable art de vendre est non seulement de savoir attirer la foule, mais aussi de savoir vendre des marchandises avec de beaux profits.

LA RECLAME ET LE VENDEUR

La relation qui existe de l'une à l'autre

Parmi tous les éléments nécessaires à la complète organisation d'un commerce à notre époque, il n'en n'est pas qui soit plus efficace que la réclame alors que beaucoup d'employés, du plus petit au plus important, n'y prennent souvent qu'une attention secondaire.

Il est pourtant établi que, de nos jours, l'annonce est l'aide la plus puissante pour faciliter la tâche du vendeur dans sa ligne particulière aussi bien que pour assurer le succès d'une maison. Tout employé loyal y contribue inconsciemment en disant un mot en faveur de son patron ou en vantant les marchandises qu'il débite. Tout commentaire dans ce sens vient grossir l'effet de la réclame, mais n'en constitue pas le fond. Voyons un peu ce qu'est réellement la réclame, quelle est sa valeur et quelle place elle tient dans les affaires et pourquoi ce serait s'écarter du bon chemin et faire preuve d'inexpérience que de la négliger.

Qu'est-ce que la réclame?

Au sens usuel du mot, la réclame n'est autre chose que le récit succinct de vos affaires, narré et transcrit sur le papier; c'est un éloge de votre commerce, issu de votre plume au lieu de votre bouche. C'est tout simplement un aperçu de la qualité de vos produits que vous adressez à des milliers d'individus à la fois, grâce aux procédés d'imprimerie, au lieu d'en faire personnellement l'éloge à chacun d'eux. C'est pourquoi celui qui connaît bien son affaire et qui est capable de persuader son interlocuteur au cours d'une conversation, est à même de le faire également sur le papier. La réclame est la traduction de votre sens des affaires, la relation de votre façon de voir, faite d'une façon intéressante et fréquente.

Lorsqu'un commerçant écrit à un client pour le faire patienter jusqu'à sa visite prochaine tout en lui vantant la qualité de sa marchandise, il fait une "réclame" individuelle, mais "réclame" tout de même.

Quand une maison lance une circulaire au commerce, l'invitant à prendre connaissance de la qualité de ses produits et qu'elle y mentionne la célébrité de son service, ou le prix avantageux de ses articles, elle fait à proprement parler "de la réclame".

Lorsque la personne chargée dans une maison, du département de la réclame, compile des documents, établit des chiffres, étudie des projets et remet à une revue une pleine page de ce qu'elle a noté, ou en fait une circulaire dont l'envoi coûtera cinq ou six mille dollars, elle pratique la réclame; elle agit dans le même but que le modeste vendeur qui débite mille paroles aux clients qui se présentent, ses arguments ne sont pas plus convaincants, mais au lieu de s'adresser à un seul individu à la fois, elle force, du même coup, l'attention de 5,000 ou de 5,000,000 de personnes.

L'influence du vendeur ne s'étend qu'à un public restreint dans un temps déterminé, celle de l'annonceur embrasse dans le même laps de temps, tout un monde. L'effort de l'un et l'autre est identique dans son but et, sous deux

formes différentes, constitue ce qu'on appelle: "la Réclame".

Ces deux forces d'une maison doivent marcher la main dans la main. Que celui qui effectue les ventes au prix d'un travail laborieux et pénible ne se figure pas que celui qui passe la majeure partie de ses heures dans un fauteuil confortable à élaborer des plans de réclame, est indigne du salaire élevé qui lui est octroyé. Son travail est aussi ardu et sa pensée est toujours en activité. Le vendeur doit comprendre au contraire que ce collègue travaille constamment pour lui, et que c'est grâce aux pages d'annonces qu'il rédige qu'il verra les clients affluer à son rayon. En réalité il n'a pas de meilleur ami dans la maison, il n'en est pas qui lui rende plus service, puisque c'est son intervention qui lui permet d'augmenter ses ventes et par suite d'avoir un salaire plus élevé. Tous deux visent au même but, ont le même motif: l'intérêt de la maison dont ils sont les piliers, et cette mutuelle conception de leur devoir doit créer entre eux une atmosphère de courtoisie et de cordialité.

Il faut chercher l'origine de la réclame dans les progrès constants qui ont fait subir au commerce d'importants changements et ont amené des améliorations pour l'obtention de résultats plus importants dans une période plus réduite.

La concurrence était devenue si féroce et la sollicitation pour l'augmentation des affaires si forte, qu'il fut nécessaire d'influencer le consommateur pour le décider à demander certaines marques et obliger, du même coup, le détaillant à s'en prémunir. Le but à atteindre était d'aider le vendeur. Nous disons "aider" parce que nous considérons que le vendeur fut et sera toujours le plus puissant auxiliaire de la vente. Rien ne surpassera jamais l'action personnelle; nulle réclame ne possèdera la force de persuasion d'un employé intelligent faisant valoir une marchandise à un client et l'engageant à en faire l'acquisition.

Ce que fait la réclame

Mais c'est précisément là le point de jonction de la réclame et du vendeur. La première prépare l'oeuvre du second, elle exécute ce dont la méthode personnelle ne saurait venir à bout; elle manque peut-être d'efficacité individuelle, mais le résultat collectif est une large compensation.

On peut diviser la réclame en 2 classes: la réclame de détail et la réclame générale l'une a pour objet la vente directe par correspondance, l'autre est destinée à amener le client chez le commerçant. C'est de cette dernière que nous voulons dire quelques mots.

D'abord, la réclame, dans beaucoup de cas, ne provoque pas une demande immédiate; elle commence par informer le public de la valeur des produits, elle lui signale certaines particularités favorables à tels articles et le dispose à visiter ceux qui le détiennent. En réalité, elle travaille pour le vendeur sans cependant faire la vente.

On pourrait la comparer justement à une meute de chiens de chasse rabattant le gibier vers le chasseur qui n'a plus qu'à le tirer.

Sous-Vêtements
ST. GEORGE
Pour Hommes.

Une Moisson à Récolter.

Mais assurez-vous qu'elle est de haute qualité. S'il s'agit des **Sous-Vêtements St. George Irrétrécissables**, chacun de ceux que vous vendrez satisfera vos clients.

Style, qualité et fini les meilleurs.

Sous-Vêtements renommés pour la qualité de leur laine pure, irrétrécissable.

En deux pièces et genre combinaison, de pesanteurs diverses.

La Underwear Ltd. donne satisfaction.

Faites une spécialité des **Sous-Vêtements St. George** et obtenez la meilleure clientèle d'hommes dans votre ville.

Achetez chez votre marchand de gros ou directement de

**THE SCHOFIELD WOOLEN
COMPANY, LIMITED.
OSHAWA, Can.**

**ST. GEORGE,
L'Irrétrécissable.**

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 séchées, herbes, plantes naturelles conservées, palmes, feuillages en papier, etc.
Plumes pour garnir les chapeaux :—Plumes d'autruche, h'ron, fantaisies, ailes, péripions, etc., etc.

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

Exportation vers tous les pays.

SOUS-VETEMENTS MARQUE "HEALTH"

NOTRE stock est maintenant au complet dans toutes les lignes d'Automne et toutes les pesanteurs pour Femmes et Enfants.

Nous avons aussi un stock complet de Corps pour Femmes, avec manches courtes et sans manches, dans les pesanteurs moyennes, à tous les prix.

**Greenshields Limited
MONTREAL.**

La réclame rompt la glace

La personne qui rédige des articles convaincants pour les publications ne joue que le rôle d'introducteur vis-à-vis du public et de sa maison. Elle rompt la glace entre le client et le vendeur, il les met en rapport. Elle sème le champ commercial, mais c'est son collègue à la vente qui a le devoir de faire la récolte.

L'annonceur ne prend pas une part active à la vente, mais il est cependant une puissance indispensable au négociant et au vendeur; il ne crée pas les clients, mais il les présume, il facilite la tâche du vendeur, il prépare par un argument précis la conversation définitive qui décidera de la remise d'un ordre.

Chacun travaille dans son propre intérêt, dans ce bas monde, aussi bien le patron que l'employé, et l'on entend souvent des vendeurs tenir ce langage: "Pourquoi ne pas dépenser un peu moins d'argent pour la réclame et augmenter mon rayon d'un vendeur? ou bien, pourquoi ne pas réduire les annonces et grossir mon salaire? je travaillerai plus ferme, le résultat serait le même".

Les changements préconisés par de tels employés ne sauraient remplacer la réclame, ni en tenir lieu, l'aide efficace et l'influence constante de cette dernière ne peuvent être obtenues par aucun autre moyen.

Le consommateur est le maître souverain de ses préférences et c'est sur lui qu'il faut agir à tous instants en orientant son goût sur tels articles.

Il est à peine besoin de discuter cette nécessité de la réclame, tout homme de vente intelligent et honnête ne saurait en nier l'efficacité ni douter de ses résultats surprenants, il est mieux placé que quiconque pour le savoir puisqu'il en tire lui-même profit.

Ces résultats cependant, ne viennent pas du jour au lendemain, il faut parfois attendre plus d'une année, mais c'est une force qui s'enfle progressivement et qui devient toute-puissante, avec de la persistance et de la patience.

Infailliblement, vous obtiendrez des résultats, si votre proposition est basée sur l'honnêteté et si les marchandises que vous annoncez sont de qualité supérieure ou même de qualité courante.

La durée de la réclame

On se demande souvent combien de réclame il faut faire et pendant combien de temps il faut la continuer pour que le produit ainsi annoncé devienne familier au public.

Que répondre à cela? sinon qu'en toutes matières la meilleure méthode à suivre est celle pratiquée par ceux qui sont arrivés au succès avant nous.

Où faire de la réclame? Partout où l'œil du public se pose, dans les rues, par les affiches; dans les revues, dans les journaux, dans les magasins, etc...

Il est à remarquer que les plus grosses maisons sont celles qui font le plus de réclame, et que les articles les plus connus et les plus populaires sont ceux qui sont annoncés constamment. Nos marque nationales les plus répandues verront leur popularité décroître insensiblement jusqu'à l'oubli complet, du jour où elles cesseront d'être annoncées. On n'en parlera plus alors, que comme d'une chose ancienne et lointaine.

Avant de terminer, laissez-nous examiner en deux mots la réelle mission de la réclame, sa valeur permanente et sa fonction en tant qu'assurance de commerce.

Nous sommes à une époque où les assurances se sont ingéniées à nous protéger et à nous garantir contre toutes

sortes de pertes. Vous pouvez vous assurer contre le feu, contre le bris des glaces de vos vitrines, contre l'infidélité d'un employé.

Pourquoi n'assurerez-vous pas vos ventes et vos affaires? C'est là, la véritable mission de la réclame moderne.

La prime, représentée par le coût de l'assurance, est proportionnée à la sécurité à obtenir, elle n'est pas plus élevée que celle de toute autre assurance, bien au contraire, elle est considérablement plus minime et peut passer pour une dépense infime.

Toute autre espèce d'assurance est une perte absolument sans profit, tant qu'il n'y a pas matière à revendication, tandis que l'assurance de commerce, représentée par l'annonce, comporte un profit direct. Non seulement elle enraye la perte que pourrait entraîner une diminution d'affaires, mais elle garantit contre le risque d'être contraint par la concurrence à diminuer le taux du bénéfice.

Considérez la réclame, sous ce jour, si vous ne l'avez fait jusqu'ici: c'est sa véritable raison d'être. Contractez une prime et vous garantirez vos affaires.

Et n'oubliez pas qu'une marque de fabrication dans la valeur est bien établie et dont le mérite est connu, supportera les assauts de toutes les concurrences aussi longtemps qu'une police de réclame en maintiendra la renommée.

EVITEZ DES RECHERCHES INUTILES AUX COMPAGNIES DE CHEMIN DE FER RELATIVEMENT A VOS ENVOIS

C'est une véritable plaie, dans le transport des marchandises au Canada, que cette avalanche de réclamations et de demandes d'enquête faites par beaucoup de destinataires qui trouvent que la marchandise qu'ils attendent ne leur arrive pas assez vite. Il y a mille raisons, pour qu'un envoi n'arrive pas à l'acheteur aussi vite que celui-ci le désire.

Le plus souvent, c'est l'acheteur lui-même qui en est la cause, en ne passant sa commande qu'à la dernière minute, quand une marchandise lui est devenue indispensable, d'où son impatience exaspérée de ne pas recevoir assez vite son envoi. D'autres fois, c'est une lettre de commande égarée ou qui a été mal adressée. Il se peut quelquefois que la demande de renseignements sur le crédit d'un acheteur, retarde l'envoi de quelques jours. Le surcroît d'ordres dans une maison, peut amener également du retard dans une livraison.

Toutes causes enfin, absolument étrangères aux pauvres compagnies de chemin de fer, auxquelles on s'en prend la plupart du temps et contre lesquelles on réclame.

Avant de faire une réclamation injustifiée, assurez-vous que rien ne s'est produit de nature à provoquer un retard. Imaginez un peu les multiples mains entre lesquelles un envoi doit passer dès l'instant où il est remis à la gare, jusqu'à celui où il est livré au destinataire et jugez si votre demande d'un peu d'accélération dans le service aura quelque ombre d'utilité.

Les colis se trouvent mélangés avec quantités d'autres, de provenances diverses et destinés à des directions différentes; ils sont triés, placés dans des wagons spéciaux qu'on aiguille sur différentes voies. Là, avant de commencer leur voyage, ils sont classés par destinations. Tout cela est à faire, après la délivrance du reçu par la compagnie.

Les réclamations arrivent.—Le client, surpris de ne pas recevoir aussi tôt qu'il le pensait, l'ordre qu'il a donné, écrit ou télégraphié à son vendeur; de réclamer à la compagnie, ou de lui adresser le récépissé qui lui permettra de suivre la trace de cet envoi. Parfois, cette demande est faite en même temps que la commande. En recevant cette lettre de son client,

Les Faux-Cols "ARLINGTON"

sont faits dans les marques suivantes :

Challenge	-	-	-	-	\$2.00	la douzaine
Rubber	-	-	-	-	1.80	" "
Pyralin	-	-	-	-	1.50	" "
Outdoor	-	-	-	-	1.25	" "
Water Nymph	-	-	-	-	1.00	" "
Tidal Wave	-	-	-	-	0.70	" "

Chaque ligne est la meilleure que vous puissiez acheter pour le prix. RAPPELEZ-VOUS que nous sommes les seuls manufacturiers qui FUYENT ou VERTENT donner AU COMMERCE un tel choix de qualités diverses et qui vous permettent de vendre à vos clients des faux-cols à 10c., 15c., 20c. et 25c. pièce en leur donnant la meilleure valeur possible.

Donnez une commande à notre représentant le plus rapproché.

The Arlington Co., of Canada, Limited.
58 AVENUE FRASER, TORONTO.

Agents: Ouest R. J. QUIGLEY, Winnipeg, Man., Ontario J. A. CHANTLER & CO., Toronto. Est DUNCAN BELL, Montréal, Qué.

Engageriez-vous un homme ayant dépassé la Quarantaine ?

Pendant plusieurs années on a beaucoup parlé de la 40^e année comme âge auquel un homme est fini pour les affaires. Une grande question a été soulevée, et sa solution est d'une importance vitale pour tous les hommes d'affaires, âgés ou jeunes—patrons ou employés. Vous avez déjà résolu la question en votre for intérieur. Vous savez l'avoir jamais fait d'objection contre un homme à cause de son âge uniquement.

Vous pouvez refuser d'employer un homme inexpérimenté que vous croyez être trop âgé pour apprendre le métier. Mais vous êtes constamment à la recherche de l'homme expérimenté quel que soit son âge, 24 ou 50 ans—dont il vous faut l'aide dans la conduite de vos affaires. Oui, vous emploieriez un homme âgé de plus de quarante ans, s'il remplissait les conditions que vous exigez.



Vous le feriez si c'était un homme employant le système Sheldon.

L'homme de 40 ans qui connaît le Système Sheldon a appris à réajuster. Il est au meilleur moment de sa carrière. Il est assez âgé pour avoir cette maturité de jugement—cette énergie—qui donnent le succès en affaires.

Il a appris à combiner l'initiative à la faculté d'attente. Il a trouvé le moyen de développer ses talents naturels au plus haut degré. Il connaît les méthodes et principes modernes d'affaires. Il n'est pas un apprenti—it est complètement formé.

Vos employés devraient constituer votre capital le plus précieux. Votre propre intérêt, ainsi que votre instinct de l'humanité vous porte à développer leurs talents pour leur donner le maximum d'efficacité.

Un livre vous indique le moyen d'obtenir ce résultat par le Système Sheldon. Vous n'avez qu'à le demander, il ne vous en coûtera rien. Rien qu'il ait rapporté des milliers de dollars à d'autres. Une carte postale ou une lettre vous le fournira. Le coupon ci-dessous est encore plus commode.



The Sheldon School,

1300 REPUBLIC BUILDING,
 CHICAGO.

THE SHEDDON SCHOOL, 1300 Republic Bldg., CHICAGO.

Veuillez m'envoyer LE LIVRE SHEDDON avec renseignements complets.

NOM.....
 RUE.....
 VILLE..... PROVINCE.....
 AGE..... OCCUPATION.....

le négociant fait établir un duplicata du récépissé de la compagnie, et l'envoie au bureau de destination avec prière de faire des recherches immédiates. Souvent, il est obligé d'adresser deux ou trois réclamations avant qu'il lui soit répondu.

Or, savez-vous ce qu'il advient pendant ce temps de l'envoi en question? Il effectue tout bonnement son voyage, insouciant du bruit fait derrière lui, pour précipiter sa marche et le faire arriver plus vite à destination. Il reste sourd aux réclamations, poursuivant son chemin, ni plus, ni moins vite, qu'il y ait ou non demande d'enquête à son propos.

Pourquoi, demandez-vous, cette apparente énergie de la part des compagnies? Parce que les compagnies de transport sont toutes bien organisées, qu'elles ont une énorme quantité de marchandises à transporter et qu'elles emploient les meilleurs systèmes pour le faire vite et bien.

Penser que votre réclamation activera l'arrivée d'un envoi et que vous obtiendrez une livraison plus rapide parce que vous avez besoin de ce que vous attendez, est puéril et enfantin.

Évitez donc de faire faire des recherches inutiles à ce sujet, vous ne ferez pas arriver l'envoi une minute plus tôt et vous vous serez donné beaucoup de peine pour rien, tout en occasionnant des traces à votre expéditeur et aux compagnies de transport.

Si un colis se trouve égaré, la compagnie ne fera aucune difficulté pour vous en rembourser la valeur.

Naturellement, si, après un temps normal, un colis n'est pas arrivé à destination, il y a tout lieu de croire qu'il a été perdu, et il est bon d'adresser une réclamation à la compagnie, qui fera le nécessaire pour en retrouver la trace et vous le faire parvenir au plus tôt, ou pour vous en indemniser.

Si vous faites une réclamation injustifiée à la compagnie, qu'arrive-t-il? C'est que votre lettre viendra grossir la pile volumineuse des réclamations journalières et attendra son tour d'examen. Neuf fois sur dix, pendant ce temps, le colis réclamé parviendra à destination, et l'employé qui examinera, en temps, votre requête, ne fera que vous confirmer la livraison du dit colis, sans avoir contribué en quoi que ce soit à le faire arriver plus vite. Vous aurez occasionné aux compagnies, des ennuis, des dépenses et du surmenage, sans nécessité aucune.

Ne prenez par des "extras" au dernier moment, retenez-les avant.

Ne vendez pas un prix excessif les articles exclusifs.

Gardez-vous de négliger les petits ordres et de n'y point prendre l'attention voulue.

Ne refusez pas les ordres par lettres ou téléphone et apportez-y vos soins.

Ne consacrez pas la plus grande place de votre publicité aux articles chers.

Évitez les matières inflammables dans la composition de vos décorations.

Redoublez de précautions et de surveillance pour les possibilités d'incendie. Chaque soir ne manquez pas de faire une ronde dans votre magasin et dans le sous-sol pour vous rendre compte si vous n'y remarquez rien d'anormal.



" BEAVER "

Article Spécial.

La plupart des maisons de commerce ont une ou deux lignes qui frappent spécialement l'esprit du public.

Il en est de même dans notre commerce, surtout en ce qui concerne nos numéros 4340 et 4355.

Nous avons constaté que ces articles sont en grande faveur, et nous sommes prêts à faire face à la demande.

Voici un paletot tricaté, No 4340, qui est aussi fait avec collet (No 4355). Nous le produisons dans les couleurs suivantes : Blanc, Bleu-Marine, Champagne, Myrtle, Maron, Gris Argent, Pourpre Royale et Bleu de Ciel.

Prix spécial par douzaine, \$36.00.

Permettez-nous de vous envoyer des échantillons.

R. M. BALLANTYNE, Limited.

STRATFORD, - - Ontario

Représentants à Montréal :

Messrs. J. E. PATTE et A. MALO,
Chambre 38, 204 rue St-Jacques.

Tél. MAIN, 7343.

Lisez

102, rue Lafayette, Paris (2^e) Téléphone 441-21

MODE COUTURE

La Confection Française

JOURNAL OFFICIEL DE L'HABILLEMENT
EN GÉNÉRAL

ABONNEMENTS

France 5 fr. par an
L'Union Postale 8 fr. par an
Le numéro 80 centimes

**BULLETIN COMMERCIAL DE LA
MERCERIE, CHÈMISERIE, LINGERIE
NOUVEAUTÉS ETC.**

RÉDACTION ET ADMINISTRATION
102, rue Lafayette
Paris (2^e) Téléphone 441-21

"LA CONFECTIION FRANÇAISE" est organe de publicité de premier ordre touchant le commerce de gros, de détail et d'exportation. Pour son succès, nous consacrons la section, réservée à la Société Générale de Publicité "LA RECLAME UNIVERSELLE" 102, rue Lafayette, Paris. Directeur général: W. K. KAROLEWSKI. C'est le plus important Meuble de France pour le Publicité dans les journaux hebdomadaires, mensuels et quotidiens.

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—sans déchets. Demandez la Ouate en paquets "North Star," "Crescent," et "Pearl."

ROBERT HENDERSON & CO.
MONTREAL.
JAMES STANBURY & CO., -- Toronto.
Agents de Vente.

Table Alphabétique des Annonces

A	
Arlington Company of Canada, Ltd., The (Toronto).....	32
B	
Brock Co., Ltd., W. R. The.....	2
Ballantyne, Limited.....	53
C	
Canadian Converters' Co., Ltd., The.....	20
Confection française.....	34
D	
Dominion Textile Co.....	17
E	
Ellis Underwear & Co.....	28
F	
Fairbairn & Co., R. D.....	14
Fitzgibbon, Limited.....	35
G	
Garneau Ltée, Québec.....	17
Greenshields Limited—	
Dépt. de Bimbeloterie.....	4
Etoffes à robes de Priestly.....	1
Gants Penny.....	28
Sous-vêtements marque "Health".....	30
Printemps 1912.....	36

H	
Hegewald F. W. H.....	30
Henderson, Robert & Co.....	34
M	
MacDonald, John.....	12
P	
Parsons & Parsons Canadian Co, The (Hamilton)....	28
Peuman, Ltd.....	22
R	
Racine & Co, Alph.....	18
S	
Schofield Wollen.....	30
Sheldon School (The).....	32
T	
Tooke Bros.....	
W	
Walch Land & Co.....	26
Williams, Greene & Rome Co.....	24



LA MAISON
FITZGIBBON, Limited
MONTREAL

offre un assortiment exceptionnellement beau de

VOLANTS

d'une largeur de 27 et 45 pouces. Tous de modèles spéciaux.

COUPONS

— pour —

Les Ventes de Janvier

En stock et prêts à être

livrés immédiatement.

Joyeux Noël et
Bonne Année

FITZGIBBON, LIMITED.
Carré Victoria, . . . Montréal.

Servez-vous de nos stocks afin de vous assurer des affaires de premier ordre au moment des Fêtes.

Si vous avez un besoin pressant de marchandises, ce mois-ci, écrivez-nous.

PROCUREZ-VOUS NOTRE CATALOGUE DE
NOUVEAUTÉS POUR NOËL.

Assortiment très important d'Articles de Fantaisie.

POUR LE PRINTEMPS 1912.

Dans toutes les provinces du Canada, nos voyageurs montrent des échantillons provenant de tous nos Départements pour le printemps prochain. L'assortiment de ces échantillons est le plus vaste et le plus varié que nous ayons jamais offert ; les valeurs présentées vous intéresseront.

GREENSHIELDS LIMITED.

MONTREAL.