



"TISSUS ET NOUVEAUTÉS"
(Tissues & Dry Goods).

ÉDITION DE LUXE.
MONTREAL, JANVIER, 1909.

La Maison des Gants du Canada.

PERRIN FRÈRES & CIE., - - MONTREAL.



A tous nos clients et au commerce nous présentons nos meilleurs souhaits pour une Nouvelle Année Prospère.

La ligne d'Automne 1909 est prête.

Nos voyageurs sont maintenant en route avec un assortiment complet de nos échantillons pour l'Automne 1909, comprenant les valeurs absolument les meilleures en

Gants de Perrin non Doublés et Doublés,

De fabrication Anglaise et Française

Gants Ringwood et en Cachemire,

Bonneterie en Laine et Cachemire.

Qualité toujours la meilleure dans chaque catégorie de prix.

GANTS DOUBLÉS F. GALIBERT,

FAITS AU CANADA.

Notre assortiment de Marchandises faites au Canada est plus grand que jamais.

Les Gants Mocha-Suède, qui furent d'abord faits et lancés sur le marché par cette firme, sont des lignes favorites dans le commerce et comprennent, cette saison, des valeurs extraordinaires à détailler à 75 cts., \$1.00 et davantage.

SEULS AGENTS DE VENTE POUR LE CANADA :

PERRIN FRERES & CIE., 28, CARRE VICTORIA
MONTREAL.

SALLES D'ÉCHANTILLONS : HALIFAX, TORONTO, WINNIPEG, VANCOUVER.

Avis Spécial pour
la Nouvelle Année
de
Greenshields Limited
Montreal

Les conditions apparentes du commerce sont si distinctement favorables que nous sommes préparés pour de fortes affaires pour le Printemps 1909.

On s'accorde sans doute à reconnaître généralement que cette maison tient les stocks ouverts et les stocks d'entrepôt les plus considérables de nouveautés et de marchandises de fantaisie, et offre aussi les assortiments les plus variés dans les lignes diverses.

Le volume de nos affaires fait que nous avons un avantage unique d'achat qui se reflète généralement dans nos valeurs. Vous apprécierez nos stocks et nos assortiments pour le Printemps 1909.

Nous vous remercions de l'accueil courtois que, nous en sommes sûrs, notre personnel augmenté de voyageurs recevra de votre part.

Greenshields Limited

Sous-Vêtements Irrétrécissables

“CEETEE”

*Trois raisons pour lesquelles
vous devriez les tenir.*

La Qualité est la première raison. Chaque vêtement “Ceetee” est façonné sans couture, tricoté pour s'ajuster à la forme, exempt de coutures rudes et absolument irrétrécissables.

La Publicité est la seconde raison. Nous faisons aux Sous-Vêtements “Ceetee” une publicité forte, aidant le marchand, dans toutes les principales publications canadiennes—parlant à vos clients des mérites de “Ceetee” et de notre garantie pour chaque vêtement.

Une Garantie est la troisième raison. Nous garantissons absolument que nous remplaçons tout vêtement “Ceetee” qui ne répond pas entièrement à ce que nous prétendons.

Les Sous-Vêtements Irrétrécissables “Ceetee” sont faits en Gaze Indienne (poids moyen et pesant), en Soie et Laine, en Worsted, Laine d'Agneau et Mérinos.

Les Sous-Vêtements à Côtes Élastiques s'Ajustant Parfaitement.

sont d'autres de nos forts articles de vente. Ce sont les sous-vêtements idéaux pour femmes et enfants. Ils ont une surface douce, uniforme, s'ajustent de près et confortablement au corps, ne laissant pas de “poches.” Le lavage ne rend pas rudes, les Sous-Vêtements à Côtes Élastiques s'Ajustant Parfaitement.

Manufacturés uniquement par

The C. Turnbull Co., of Galt, Limited

Galt

. . .

Ontario

. . .

Canada

ZIMMERKNIT



Avis



Important

Nous plaçons maintenant sur le marché la ligne la plus attrayante de sous-vêtements à côtes, besanteur d'hiver, pour Dames, Jeunes-Filles et Enfants, qui n'a jamais été offerte par un manufacturier Canadien. Ces marchandises sont faites en Fils de Coton Peigné, ou Cachemire et en Mérinos. Chaque machine Zimmerman est nouvelle; tout l'outillage est des plus moderne; en conséquence le travail étant fait avec une machine spéciale, le meilleur produit est obtenu.

Tous les marchands Canadiens en gros peuvent vous montrer des échantillons des sous-vêtements Zimmerman. Si vous désirez quelque chose que vous soyez fier de donner à vos clients, ne manquez pas de demander aux voyageurs le nouveau **Sous-Vêtement à Côtes, besanteur d'hiver, Zimmerman**. Nos sous-vêtements Balloriggan pour Hommes, Femmes et Enfants, pour la vente au printemps, sont aussi les meilleurs; les meilleurs pour vous, les meilleurs pour votre client.

Quest'onnez le premier voyageur qui ira vous voir sur ces marchandises — ou questionnez-nous.

Zimmerman & Manuf'g Co., Ltd.

HAMILTON, ONTARIO.



AU SUJET DE LA SAISON DE 1909



Nous démontrons à la satisfaction des détaillants difficiles la supériorité des Marchandises Tricotées **MONARCH**. Avec la manufacture la plus vaste et la mieux outillée pour produire cette classe de marchandises au Canada, il y a une bonne raison pour qu'elles soient supérieures. Nous sommes des spécialistes en Marchandises Tricotées de Fantaisie pour dames, hommes et enfants. Nous consacrons tout notre temps et l'énergie de nos opérateurs les plus expérimentés à l'exécution de ce travail sur des machines modernes.



Jersey Coat



Varsity

L'assortiment d'Articles Tricotés que nous offrons pour la saison de 1909 est le plus vaste et le plus varié qui ait jamais été offert au Canada. Nos voyageurs sont maintenant en route avec des échantillons de ces marchandises pour la saison prochaine, et vous manquerez une occasion de vous informer des idées les plus nouvelles en fait d'Articles Tricotés de Fantaisie, si vous ne les voyez pas. Leur style et leur prix les rendent intéressants.

The Monarch Knitting Co., Limited

Dunnville, Ontario.



Il embrasse le Cou

La perfection dans les Mufflers Tricotés a pris longtemps à se produire, mais elle est maintenant prête à être démontrée dans le

MUFFLER BRADLEY

Façonné sans couture

Ce Muffler, avec une encolure en V, s'ajuste instantanément, va comme un collet de vêtement fait par un tailleur. Ne remonte jamais, ne devient jamais semblable à de la ficelle, ne permet jamais aux vents froids de se glisser en dessous et de refroidir l'épine dorsale.

Prix, \$4.50 par douzaine

Commandes d'échantillons exécutées promptement

La **Monarch Knitting Co. Ltd.**
de **Dunnville, Ont.**

S'EST ASSURÉ LE DROIT EXCLUSIF DE MANUFACTURER CE MUFFLER AU CANADA.





Printemps 1909.

Nos marchandises seront sous peu complètement prêtes pour livraison au commerce, déjà de grandes quantités nous sont arrivées et la balance nous parviendra à court délai.—

Nous avons, plus qu'en toute autre saison, soigné l'assortiment, nous avons **Spécialisé** plusieurs lignes qui ne peuvent être obtenues ailleurs.

Nous avons ajouté à notre commerce la **Fabrication** de presque toutes les lignes de notre grand assortiment de

CHEMISES NEGLIGÉES ET DE TRAVAIL.

Nous avons adopté à cet effet, et comme garantie, notre **Marque de Commerce**.

Nous avons dans ces deux lignes des qualités toutes spéciales. Comparez surtout les Nos. suivants : Chemises négligées 1909—800, 816, 819, 900, 903, Chemises de Travail—106, 119, 131x, 119x, 134x.

Nous sollicitons l'inspection de nos lignes de

Corps et Caleçons pour Messieurs, Dames et Enfants.

Bas de Cachemire et de Coton pour Messieurs, Dames et Enfants.

Gants de Taffetas et de Fil de Soie pour “ “ “

Lingerie Blanche pour Dames.

Blouses de Soie, de Lawn, de Mousseline et d'Indienne
Parapluies, Bretelles, Cravates.

Vous y trouverez des avantages— Nos valeurs sont Bonnes et nos prix sont Bas.

NOTA.—D'ici au 1er Février nous compléterons notre assortiment de Lainages comprenant Corps et Caleçons, Sweaters, Bas, Chaussons, Golfers, Couvertes de Laine, Laine à tricotés pour la prochaine Saison d'Automne. Nous pouvons vous coter de très **Bas Prix**.

A. RACINE & CIE.

340-342 RUE ST-PAUL

Bureau à Ottawa

111 rue Sparks

P. E. Bissonnette.

MONTREAL.

Bureau à Manchester

Angleterre.

Bureau à Quebec

230 rue St. Joseph

E. Poitras.

"DEPT. E."

Vous avez sans doute remarqué, Messieurs les Marchands, que notre département de "Smallwares" a pris depuis quelque temps une importance considérable, et nous sommes heureux aujourd'hui de proclamer bien haut que c'est un des rayons les mieux assortis de toutes les maisons de gros de Montréal.

BRODERIES ! RUBANS ! DENTELLES !

Nous avons reçu, depuis quelque temps, de nombreuses importations dans les trois lignes mentionnées ci-haut, et nous attirons votre attention spécialement sur notre Ruban taffetas "E 255" que nous vous offrons dans vingt-cinq nuances différentes, depuis le No 3 jusqu'au No 60, c'est-à-dire depuis 1½c jusqu'à 14c la verge. Nous ajoutons aussi que nous tenons cette ligne continuellement en stock, et que vous pouvez réassortir vos largeurs et vos nuances en n'importe quel temps.

Comme il se vend une quantité considérable de Broderies et de Dentelles en Janvier et Février, nous nous sommes procurés de nos fournisseurs une très belle collection de Broderies, depuis 3c la verge jusqu'à 10c. Un lot de Broderie comprend une boîte, contenant 25 pièces de 12 verges, de différentes largeurs, avec Broderie et Insertion Assorties, de sorte qu'en achetant une de ces boîtes, vous avez un assortiment complet, tout en achetant une petite quantité. Nous serons heureux de vous faire voir notre assortiment de Dentelles, si vous voulez bien nous en donner la permission, et nous sommes sûrs qu'elle vous sera très intéressante.

Nous sommes les seuls agents au Canada pour la

"SOIESINE"

A. RACINE & CIE.

340-342 RUE ST-PAUL

Bureau à Ottawa

111 rue Sparks

P. E. Bissonnette.

MONTREAL.

Bureau à Manchester

Angleterre.

Bureau à Québec

230 rue St. Joseph

E. Poitras.

La Grande Maison de Nouveautés de Montréal,

JAS. A. OGILVY & SONS,

Tiendra dorénavant uniquement les

Célèbres Patrons McCall.

Elle les a substitués à des patrons d'une autre marque qu'elle tenait depuis de nombreuses années.

Ce splendide Magasin à Départements, établi il y a 42 ans et bien connu dans tout le Canada, a trouvé, après une investigation complète, que, comme

Style,
Ajustage,
Simplicité,
Satisfaction,
Montant des Ventes,
Nombre des Agences de Vente,
LES PATRONS McCALL SONT EN TETE DE TOUS LES AUTRES.

Il n'est pas douteux que les Patrons McCall sont les patrons en papier les mieux faits, les plus connus, et ceux qui se vendent le mieux en Amérique. Si vous désirez un patron pour lequel il y ait déjà une demande, un patron qui donne de la satisfaction à vos clients, un patron dont vous soyez fier, un patron pour lequel vous n'avez pas à vous excuser en le vendant, un patron qui *se vende*—vous avez besoin des Patrons McCall.

Ecrivez-nous pour nos conditions. Elles sont honnêtes et faites sur une base d'affaires. Notre Manufacture et notre Bureau Canadiens bien établis, l'établissement le plus vaste et le mieux outillé du Dominion, nous donnent la possibilité d'offrir aux Marchands Canadiens les mêmes avantages de **Conditions, Prix, Livraisons, etc.**, dont jouissent nos 9,000 Marchands des Etats-Unis.

THE McCALL COMPANY

La Principale Maison de Patrons en Papier en Amérique

236-246, 37e Rue Ouest, NEW YORK.

TORONTO

CHICAGO

SAN FRANCISCO

N'EST PAS DANS LE TRUST.

N'A DE LIAISON AVEC AUCUNE AUTRE MAISON.

Tissus et Nouveautés

(TISSUES & DRY GOODS)

REVUE MENSUELLE

Publié par La Compagnie de Publications Commerciales (The Trades Publishing Co'y), 25 rue Saint-Gabriel, Montréal. Téléphone Main 2547, Boite de Poste 817. Abonnement: dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance; France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arriérés et l'année en cours ne sont pas payés. Adresser toutes communications simplement comme suit: **TISSUS ET NOUVEAUTÉS, MONTREAL Can.**

Vol. X

MONTREAL, JANVIER

No 1

LES VENTES DE JANVIER

Les ventes, après les fêtes, vont généralement en diminuant, surtout dans l'article de luxe et de fantaisie, les marchandises de mode, les vêtements, etc... Dans tous ces articles, les besoins sont maintenant satisfaits et c'est pour cette raison que bon nombre de magasins d'une certaine importance et, notamment les magasins départementaux font, en janvier et en février, des ventes au rabais, des ventes d'occasion.

Un commerçant actif, vigilant ne se croise pas les bras; il ne peut volontiers se résouder à une diminution des recettes et il s'ingénie à faire affluer la clientèle dans son magasin en tout temps, en toute saison; en un mot, il veut des ventes et des recettes, même quand les affaires sont au calme plat.

C'est, en effet, l'occasion, la vente à bon marché qui peut pendant quelque temps délier les cordons de la bourse du consommateur. Il a tout ce qu'il lui faut, mais il sait qu'il aura de nouveaux besoins et s'il peut acheter maintenant à meilleur marché que plus tard, ce consommateur qui a de l'argent connaît assez ses intérêts pour acheter maintenant.

Nous conseillons donc si nos lecteurs, commerçants aussi bien de la ville que de la campagne, d'étudier les moyens qui leur semblent les meilleurs d'attirer la clientèle pendant les mois de morte-saison. Tous, ont dans leur stock, des marchandises dont ils ont intérêt à se débarrasser au plus tôt, tous ont également intérêt à retourner leur capital, à convertir leurs marchandises en argent, à faire des recettes, ils obtiendront sûrement ces résultats s'ils consentent à faire le sacrifice d'une partie des profits qu'ils font habituellement sur leurs marchandises. Il va sans dire que nous n'avons ici

en vue que les ventes au comptant et que, pour les ventes à crédit, aucun sacrifice n'a sa raison d'être.

L'INVENTAIRE ANNUEL

Un commerçant devrait toujours connaître sa situation exacte, savoir le montant réel de son actif et de son passif.

Dans la pratique courante des choses, il est pour ainsi dire impossible que le commerçant sache, si son commerce est important, à quelques centaines de dollars près, les résultats de ses opérations.

S'il ne prend un temps d'arrêt pour faire l'examen de ses propres affaires, il marchera toujours à tâtons, en aveugle qui ne peut voir le précipice peut-être caché sous ses pas.

Voir clair dans ses affaires est le propre du commerçant honnête envers lui-même et honnête envers ses fournisseurs et ses créanciers. L'honnête homme ne cherche pas plus à s'abuser lui-même qu'à tromper autrui.

Mais toute question d'honnêteté à part, il y a aussi la question d'intérêt qui oblige un commerçant à faire l'examen de conscience de son propre établissement.

Cet examen de conscience du commerçant, c'est l'inventaire de son magasin, de ses livres, de ses marchandises, de son actif et de son passif.

Le marchand a-t-il fait des profits depuis son dernier inventaire ou bien est-il en perte? Quelle somme de profits ou quel montant de pertes a-t-il fait pendant son année? Ses profits ont-ils été ce qu'ils auraient dû être? Si, non, pourquoi? Aurait-il pu éviter ces pertes et comment?

Voilà autant de questions auxquelles le marchand trouvera une réponse, s'il veut se donner la peine de faire un inventaire consciencieux, réfléchi.

Le jeu en vaut bien la peine.

LE PAIEMENT DES DETTES ET LE SUCCES EN AFFAIRES

On demandait à un homme d'affaires qui avait atteint au plus grand succès de nommer les causes auxquelles il attribuait sa prospérité constante. Il répondit: "Beaucoup de choses sont à considérer dans une affaire payante; mais j'en considère une comme la véritable clef de voûte d'une maison de commerce. Au début de ma carrière je résolus de me faire la réputation d'un prompt payeur. Je me suis arrangé pour toujours payer promptement et souvent aux dépens d'une affaire tentante qui n'aurait pu être faite qu'en déviant de la ligne de conduite que je m'étais tracée. Je crois que j'ai eu raison. J'ai pu faire des achats à meilleur marché que mes rivaux—je ne laisse jamais échapper les occasions spéciales et, ce qui est encore mieux, j'ai été exempt de cet anxiété qui engourdit les efforts et décourage ceux qui luttent constamment contre les dettes. J'ai pu consacrer toute mon énergie à me procurer des marchandises de bonne qualité."

C'est du sens commun, remarque un confrère. Le monde contracte des dettes trop facilement et a de la difficulté à en sortir. Tout homme qui contracte une dette doit payer le tribut exigé par ses créanciers. Il ne peut leur échapper que par un effort extraordinaire ou par une faillite déshonorante. Il y a, ou il devrait y avoir, dans tout commerce une marge de profit qui permette au propriétaire de payer ce qu'il doit au fur et à mesure. Si cela est fait, même aux dépens du confort actuel, tout se passera bien et les années amèneront sûrement la récompense due.

Les bonnes moeurs et la morale sont des amies jurées et de fermes alliées.—(Watts.)

LE BANQUET ANNUEL DES VOYAGEURS DE COMMERCE

Landi soir a eu lieu à l'Hôtel Windsor le banquet annuel des membres de l'Association des Voyageurs de Commerce. Comme toujours, ce banquet a obtenu le plus grand succès. De nombreux invités se sont fait un honneur de prendre part à cette manifestation qui, chaque année, prend une importance plus grande.

Le Premier-Ministre, Sir Wilfrid Laurier, s'était fait représenter par l'Hon. Chas. Murphy, le Secrétaire d'Etat, qui prit place à la droite du président, M. S. J. Mathewson. A sa gauche était le chef de l'Opposition, M. R. L. Borden.

Les convives, nombreux comme nous l'avons dit, ont eu un véritable régal non pas uniquement au point de vue culinaire, mais encore sous le rapport des discours. Car, au point de vue oratoire, les voyageurs de commerce et leurs hôtes ont eu la bonne fortune d'entendre des orateurs remarquables. Dans le plus noble langage ces orateurs ont fait vibrer parmi leur auditoire la corde patriotique à laquelle nul ne saurait être insensible.

Nous ne sautions, dans le cadre restreint dont nous disposons, donner un glâle aperçu des discours qui ont été prononcés à cette fête de famille des voyageurs de commerce. Nous prions nos lecteurs de lire les excellents résumés de ces discours publiés par les journaux quotidiens de mardi.

Pour nous, nous devons nous contenter de souligner le succès de cette fête et d'en féliciter l'Association des Voyageurs de Commerce du Dominion.

NOUVELLE LIGNE FRANCO-CANADIENNE

Les journaux quotidiens ont annoncé cette semaine que la Compagnie Générale Transatlantique, ligne maritime française, dont M. R. Génin, est le représentant à Montréal, mettrait en service, dès le printemps prochain, entre le Havre et un port canadien, quatre de ses grands paquebots.

On cite même les noms des navires: Le Chicago, La Gasconne, La Touraine et La Bretagne. Ces navires qui font actuellement le service entre Le Havre et New York viendraient à Montréal durant la saison de navigation sur le St-Laurent.

Cette nouvelle a été accueillie avec une très grande satisfaction dans le monde commercial, car il devient évident que le commerce entre le Canada et la France devra, de ce fait, augmenter considérablement, surtout, si comme nous ne cessons de l'espérer, la convention franco-canadienne entre prochainement en vigueur.

On annonce d'autre part, qu'une ligne française ayant pour port d'attache Marseille, aurait également l'intention de

TISSUS ET NOUVEAUTES

faire un service régulier entre les ports de la Méditerranée et les ports canadiens. Nous sommes persuadés que cette dernière ligne, comme la première, trouvera à l'aller et au retour assez de fret pour assuré.

UNE INVITATION AU COMMERCE

Le Département de l'Industrie et du Commerce d'Ottawa a publié à la date du 1er décembre 1908, la circulaire suivante adressée aux exportateurs et manufacturiers canadiens.

Monsieur,

J'ai l'honneur de vous informer qu'en vue de donner une plus grande extension à l'étranger au commerce canadien, le Département de l'Industrie et du Commerce désire obtenir la coopération et l'aide d'exportateurs et de manufacturiers canadiens. En conséquence, le soussigné invite les personnes intéressées à faire profiter le Département de leurs idées dans l'espoir que des suggestions puissent être faites qui non-seulement augmentent l'utilité du Département, mais tendront à développer le commerce canadien.

Le Département demande donc qu'on adresse des réponses aux questions suivantes, après les avoir dûment examinées.

(a) Que conseillerez-vous de faire pour augmenter le commerce d'exportation du Canada?

(b) Quelle amélioration ou quel changement pensez-vous qu'il soit désirable d'adopter pour réunir les statistiques commerciales publiées par ce Département?

(c) Pouvez-vous suggérer quelque amélioration à faire dans le recueilli et la publication des renseignements commerciaux reçus des commissaires du commerce?

Autant que possible, les suggestions devront être accompagnées de déclarations indiquant les raisons pour lesquelles ces suggestions sont faites. S'il y avait quelque information générale qu'on jugerait bon de communiquer au Département et qui ne soit pas comprise dans les questions ci-dessus, l'information serait la bienvenue.

J'ai l'honneur d'être, Monsieur

Votre serviteur obéissant,

(Signé) F. C. T. O'Hara,
Député Ministre.

P. S.—L'enveloppe contenant les réponses aux questions ci-dessus, devra porter l'indication "Trade Suggestions".

En public vous pouvez ignorer la concurrence; mais elle doit toujours être présente à votre esprit. Un concurrent dédaigné peut vous enlever le motif de vos clients.

PLETHORE D'ECHEVINS

Il se fait actuellement un mouvement prononcé pour obtenir de la Législature un amendement à la charte de la Cité qui réduirait de moitié le nombre des échevins de Montréal.

On ne peut que difficilement s'attendre à ce que les échevins eux-mêmes demandent leur décapitation. Bien que, dans leur nombre, il en est plusieurs qui soient partisans de la mesure proposée, il faudrait être bien naïf pour croire que la majorité de ceux qui siègent actuellement à l'Hôtel de Ville votent leur propre déchéance.

Cependant, il est évident que le nombre des échevins est trop grand pour que la ville soit administrée d'une manière économique. Chaque échevin a ses protégés à caser, ses favoris à soutenir et le nombre des protégés et des favoris est naturellement en raison du nombre des échevins. Que sera-ce donc quand les municipalités résant à annexer feront partie du "Greater Montreal", augmentant encore le nombre des échevins?

Il est un proverbe qui veut que "trop de cuisiniers gâtent la sauce". Ce proverbe est vrai. Nous en avons souvent eu la preuve au Conseil de Ville même. La question encore pendante de l'éclairage à la fin même du contrat en est la plus évidente démonstration.

Nous jolignons donc notre voix à celle des grands corporations et de tous les bons citoyens qui demandent qu'il n'y ait plus qu'un seul échevin par quartier au lieu de deux.

Nous visions plus loin encore et nous demanderions volontiers la diminution du nombre des quartiers électoraux, pour diminuer davantage encore le nombre de ceux qui administrent les affaires de notre Cité.

UN CURIEUX PROCES

(Du Moniteur de la Cordonnerie, de Paris).

Aux approches des fêtes et au changement de saisons, chaque fois enfin qu'un mouvement commercial se produit, soit par le changement dans la température, soit par une activité plus grande des affaires industrielles, on voit la foule se porter en masse, pour faire ses emplettes, soit dans les grands magasins de nouveautés, soit vers les grands bazars qui, sous couvert de vendre bon marché, vendent beaucoup plus cher que la plupart des petits détaillants.

Le pli est pris et il sera bien difficile de détruire, dans l'esprit de la masse, cette légende du meilleur marché et cet engouement pour la camelote, car le fameux bon marché apparent n'est que la résultante d'articles parés et maquillés, sans qualité réelle, la plupart du temps. Mais que les articles soient bons de qua-

Cotonnades Grises
Mount Royal

Cotonnades Blanches
Mount Royal

Cotonnades Imprimées
Mount Royal

Notre produit sera sur le marché de bonne heure ce mois-ci.

RECHERCHEZ LA MARQUE
“Mount Royal”



Manufacturées par la . . .

Mount Royal Spinning Co.

Limited, Montreal.

MANUFACTURIERS DE
COTONNADES DOMESTIQUES
DE QUALITÉ SUPÉRIEURE.

BUREAU DE VENTE : E. T. BANK BUILDING, CARRÉ VICTORIA.

H. L. Perchard, Gérant des ventes.

ité où qu'ils ne valent rien, le public peut être persuadé qu'il paiera très cher nous allons le lui démontrer.

Ceci, nous l'avons dit déjà dans l'un des articles que nous consacrons aux "Magasins de détail à travers le monde" et si nous le répétons aujourd'hui, c'est que notre avis a été partagé par les juges de la Cour d'Appel de Berlin, ce qui pourrait laisser croire que le meunier Sans-Souci pouvait peut-être avoir raison.

Voici les faits :

La "Hundwerker-Zeitung" posnanienne, organe officiel du Syndicat ouvrier posnanien, décrit un procès intéressant de l'Association des bazars contre la Fédération des Commerçants et Industriels qui se termina dernièrement devant la Cour d'appel de Berlin par la défaite de l'Association des bazars.

Le journal mentionné explique comment le procès a commencé.

L'association des bazars avait interdit à Berlin, au mois de novembre 1906, à la "Confédération des Commerçants et Industriels", la distribution d'une circulaire dans laquelle celle-ci priait le public de penser aussi aux petits commerçants parce qu'il est aussi bien servi et à tout aussi bon compte dans les magasins de détail que dans les bazars et autres caravanserais.

Dans cette circulaire on faisait également remarquer que, généralement, les bazars sont seulement bon marché avec quelques articles réclame, tandis qu'ils doivent vendre les autres articles au même prix et parfois à des prix plus élevés que les détaillants, puisque naturellement les grands frais doivent être récupérés d'une façon quelconque.

Ensuite on fit allusion dans cette circulaire aux dangers d'incendie des bazars ainsi qu'à la surveillance du public par la police.

La Confédération des Commerçants et Industriels retira alors les écrits et intenta la plainte de constatation contre l'Association des bazars, sur quoi l'Association porta plainte en justice contre la Confédération pour la discontinuation de la mise en circulation de tels écrits.

Mais cette dernière s'offrit à fournir les preuves des trois points, sur quoi en core l'Association des bazars retira sa plainte.

Après cela les bazars Tietz et Greiffenbagen, tous les deux à Berlin, instruisent la plainte contre la Confédération des Commerçants et des Industriels, mais la retirèrent également quand celle-ci se déclara de nouveau prête à fournir les preuves proposées.

Le bazar Stein maintint toutefois la plainte contre la Confédération.

En première instance, le Tribunal de Commerce berlinois condamna la Confédération des Commerçants et Industriels sans vouloir admettre les preuves offertes.

Pour ce qui concerne les prix élevés de quelques articles le Tribunal décida que du fait qu'on vend quelques articles plus cher dans les bazars, on ne peut déduire une généralisation.

Il stationne bien en effet quelques agents de police dans les bazars, ce qui ne peut cependant être employé comme un moyen d'intimidation.

Quant à la question relative aux incendies, le Tribunal de Commerce dit encore qu'elle est controversable.

La Cour d'Appel a rendu un jugement contraire en déboutant le bazar Stein de sa plainte et en le condamnant aux frais et dépens.

Relativement aux preuves offertes par la Confédération des Commerçants et Industriels, la Cour d'Appel constate que l'argumentation n'était pas nécessaire puisque la "vérité des faits annoncés dans la circulaire est connue généralement".

Le passage ayant rapport aux prix des bazars est conçu en ces termes dans le jugement de la Cour d'Appel :

"Il est de notoriété que les bazars — sauf quelques-uns — cherchent à attirer le grand public par la vente de certains articles, surtout de peu de valeur, à des prix remarquablement bon marché, articles servant à la consommation de la masse, mais donnant à d'autres objets d'autant plus de valeur et demandant souvent des prix plus élevés que les magasins moyens et ordinaires."

Les autres affirmations avancées par la Confédération des commerçants et industriels furent également admises comme réellement vraies.

Le plaignant peut encore requérir le pourvoi devant la Cour suprême de l'Empire; cependant celle-ci ne peut contester la détermination de la Cour d'Appel prussienne sur la vérité des affirmations avancées par la Confédération des Commerçants et Industriels, puisque la Cour suprême ne juge que les pourvois pour vice de forme.

Nous ne voulons pas allonger à plaisir cet article déjà long par lui-même. Mais nos lecteurs ne pourront manquer d'être fortement intéressés par ce jugement auquel il conviendrait de donner une immense publicité.

Pour tout commentaire nous nous contenterons de rééditer que nous possédons des documents qui prouvent que certains grands magasins de nouveautés, vendent leur article chaussures avec une différence de 100 p. c. sur le prix d'achat, donnant ainsi un écart de 50 p. c. sur le prix de vente; que de ce fait 27 fr. 50 de matière et de main-d'oeuvre réunies sont revendus 100 francs au consommateur et que le vrai noeud de la question sociale se trouve dans les questions pendantes entre le prix de la production et celui de la mise en vente.

Quelconque a la moindre notion de la question économique nous comprendra de reste.

ECOLE SUPERIEURE PRATIQUE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS

Cet important établissement, création de la Chambre de Commerce de Paris, vient d'inaugurer un "Cours de publicité". Nous sommes heureux de pouvoir donner à nos adhérents en premier la première leçon de M. Barbut, le distingué professeur de cette très intéressante branche du commerce et de l'industrie, dit l'Epicerie Française.

Leçon sur la publicité

Les anciens qui vous ont précédés dans cette Ecole seraient sans doute bien surpris s'ils pouvaient assister à notre leçon d'aujourd'hui, car nous allons parler de la Publicité "cet art d'attirer et de retenir l'attention" et il n'était pas question autrefois de faire un cours sur cette matière.

Je n'en veux citer pour preuve qu'une anecdote racontée par M. Vergne, secrétaire général et membre du Comité directeur de la Chambre Syndicale de la Publicité, dans la conférence si documentée et si instructive qu'il a faite en décembre dernier sur la Publicité et la nécessité de son enseignement.

Je me hâte de vous dire que j'aurai l'occasion, fréquemment, de faire des emprunts à M. Vergne qui me permettra de lui renouveler ici tous nos remerciements pour l'obligeance extrême avec laquelle il m'a autorisé à le mettre à contribution et pour la marque d'intérêt qu'il nous témoigne à tous en venant aujourd'hui parmi nous.

"Je tiens de l'un de mes amis, disait le distingué conférencier, le souvenir suivant qui dénote la mentalité d'une époque à l'égard de la Publicité.

"Lorsqu'il était enfant, son père, un brave homme d'artisan, sorti en très bon rang de l'Ecole des Arts et Métiers d'Angers, lui montrant un jour une annonce ou une affiche d'Herman-Lachapelle, lui disait: "Tu vois, mon fils, celui-là, c'est le Mangin de la mécanique."

Pourquoi, Messieurs, cette réflexion malveillante? Pourquoi cette assimilation d'un honnête industriel au rôle des charlatans?

La Publicité apparaissait-elle donc subitement à nos pères, en plein XIX^e siècle, comme une machine nouvelle, sortie tout équipée du cerveau d'un audacieux inventeur, et avec laquelle il était indispensable de se familiariser avant de se risquer à utiliser ses services.

Bien que le mot de "Publicité" ne soit pas très ancien, la réclame est vieille comme les hommes, et si j'avais l'esprit et la verve de M. le Ministre du Commer-

LES VENTES DE LINGERIE BLAN-
CHE sont à se faire.

LA LUTTE EST COMMENCÉE.
LA COMPÉTITION EST ACTIVE.

AVEZ-VOUS en mains LES VALEURS

“Victor”?

C'est la VICTOIRE.

C'est le TRIOMPHE.

SI OUI, en avez-vous suffisamment ?

SI NON, demandez nos ÉCHANTILLONS.

Le STYLE et la QUALITÉ, que vos
clientes exigent, sont caractéristiques des
LINGERIES “VICTOR”.

Elles sont la garantie de ce que vous désirez :

Un Gros Commerce.
De Gros Profits.

Télégraphiez pour échantillons, si vous
êtes pressés.

The Victor Manf'g Co.
QUEBEC, P.Q.

Représentant à Montréal : H. V. DANFORD,
611, BATISSE LINDSAY.



ce, je pourrais évoquer devant vous, comme il l'a fait au banquet de la Chambre Syndicale de la Publicité, les ombres augustes d'Homère et de Ramsès, pour attester les origines lointaines de la Publicité.

Cette parole officielle, agréablement empreinte d'humour, ne visait point à l'exacuité historique; mais sans remonter jusqu'aux temps des anciennes dynasties des rois égyptiens, il n'est pas téméraire de considérer comme un premier essai de Publicité l'usage des crieurs qui existait déjà en Lydie au siècle d'Hérodoté: cet historien raconte en effet que c'est en Lydie que furent ouvertes les premières boutiques par des marchands en résidence fixe et ceux-ci attirèrent les acheteurs par la voix des crieurs qu'ils plaçaient à leur porte. Vous constaterez tous les jours que cet usage est loin d'avoir disparu, puisque les entrepreneurs d'un spectacle «tra-moderne, le cinématographe, ne dédaignent pas de se servir des crieurs aussi bien que les bazars et les vendeurs de marchandises en solde.

De même l'enseigne—cette autre forme de la Publicité—l'enseigne primitive consistant soit dans un objet choisi par le fabricant ou le marchand parmi ceux de son métier, soit dans une figure emblématique, avait été adoptée à Rome et à Pompéi comme un moyen d'appeler, par une indication saillante, l'attention des acheteurs.

En France, au XI^e et surtout au XV^e siècle, on employa un nombre considérable d'enseignes, par exemple: «le Lion d'Argent», «la Harpe», «l'Homme armé», «la Clef», «le Coq Héron», «le Mortier d'Or», «le Plat d'Étain»; vous retrouverez encore de nos jours la plupart de ces enseignes. Deux genres eurent surtout une vogue considérable: l'enseigne grotesque et l'enseigne rébus; dans la première catégorie, figurent: «la Truie qui file», «le Chat qui pêche», «l'Oison bridé», «le Singe vert» et dans la deuxième, «le Puissant vin» (puits sans vin), «le Bon Coing», «l'Épicier» (épi se), etc. Un marchand de toiles exposait au-dessus de sa porte un singe en baptême avec ces mots en lettres d'or: «Au Saint Jean Baptiste».

On voyait ailleurs: «la Bonne femme (une femme sans tête); «la Botte remplie de malice» (une botte dans laquelle se trouvaient un singe, un chat, un perroquet et... une femme).

Si l'esprit français ne s'exerçait pas toujours avec galanterie dans le choix des enseignes, il ne perdait cependant jamais ses droits et je veux vous raconter la jolte anecdote rapportée par Tallemant des Réaux:

Un commis borgne ayant exigé d'un cabaretier des droits qu'il ne devait pas, celui-ci, pour se venger, fit représenter le portrait du commis à son enseigne sous forme d'un voleur, avec cette inscription: «Au Borgne qui prend». Le commis s'en

trouva tellement offensé qu'il rendit l'argent des droits au cabaretier à la charge que l'enseigne en question serait modifiée. Pour satisfaire à cette condition, le cabaretier se contenta malicieusement de faire gratter le P si bien qu'il resta: «Au Borgne qui rend».

L'affiche, cette feuille imprimée ou manuscrite que l'on applique sur les murs pour donner connaissance au public de quelque chose, a également une origine très ancienne.

Ce moyen de Publicité a été pratiqué chez les Hébreux, chez les Grecs, chez les Romains pour faire connaître au peuple les choses qu'il lui importait de savoir: les lois et les décrets, et aussi à Athènes et à Rome, les programmes des jeux, des spectacles et les avis particuliers de toute nature. Les libraires annonçaient par des affiches les ouvrages qu'ils voulaient mettre en vente. Il était d'ailleurs, défendu, à Rome, sous des peines fort sévères, d'enlever ou de lacérer les affiches.

Bien que les affiches ne datent en France que du XV^e siècle, vous savez que les placards jouèrent un grand rôle dans les luttes de la Fronde: cette arme convenait fort bien pour publier de mordantes Satires contre le Cardinal.

M. Emile Mermet a retrouvé une ancienne affiche du XVII^e siècle vantant les effets des sachets insecticides d'un sieur Laurent de la Roche. Je m'excuse de la lire, car elle agit un sujet qui n'a rien de relevé; mais elle jette un jour bien curieux sur l'hygiène d'une époque! «Par permission et privilège du Roy, etc.

«Le public sera averti que l'on vend à Paris un petit sachet, de la grandeur d'une pièce de quinze sols, pour garantir toutes sortes de personnes de la vermine et en nettoyer ceux qui en sont incommodés, sans mercure.

«Il faut que chaque personne le porte toujours sur soi, attaché au col de la chemise ou ailleurs, touchant la chair. Il n'apporte aucune incommodité, ni mauvaise odeur. Le portant ainsi, l'on n'aura jamais de vermine à la teste ni ailleurs, et, quelque quantité que l'on en ait, l'on est nettoyé dans trois semaines au plus tard; et que l'on mette un des dits sachets en prenant un habit neuf et une chemise blanche, et que l'un et l'autre pourrissent sur le corps sans les changer ni ôter, d'un an l'on n'en aura aucun, quand même le corps les engendrerait naturellement, ainsi que le Roi a été informé de cette vérité par la grande preuve qui en a été faite sur quinze cents pauvres de l'Hôpital général de Paris, comme il est justifié par l'arrêt du Parlement et certificat ci-après. Il le faut renouveler tous les ans, et pour six sols par an l'on est garanti de la plus grande misère que souffre le corps humain. Il est marqué de deux chiffres,

pour éviter que l'on ne le contrefasse pour tromper le public.

«L'on y vend aussi une tablette qui a la vertu, par son parfum, une fois par an, sans mauvaise odeur, de garantir chaque chambre, tant des punaises que des navires, des poux et puanteurs pendant un an. L'on le vend trois livres la pièce. L'on donnera l'instruction de s'en servir, aux dits bureaux».

La réaction de cette réclame n'est-elle pas parfaite? L'éloge enthousiaste des avantages du produit recommandé, le mode d'emploi clairement expliqué, le prix, les attestations les plus hautes et pour terminer les marques que doit exiger le public afin de déjouer les contrefacteurs, rien n'est omis.

Mais c'est seulement au XVIII^e siècle que l'affichage a pris de l'extension dans nos villes; à la suite des opérations financières de Law, on recourut aux affiches pour instruire le public du mouvement des affaires; les commerçants comprirent alors le parti qu'ils pouvaient tirer de l'affiche et tous se mirent à afficher leurs marchandises avec une telle ardeur que l'on dut réglementer en 1771 l'emploi de l'affichage ainsi que le métier d'afficheur: «Ils sont quarante, comme à l'Académie, disait irrévérencieusement Mercier dans son «Tableau de Paris», et pour une plus grande similitude, aucun afficheur ne peut être reçu s'il ne sait lire et écrire. On dispense l'afficheur de tout autre talent, ainsi qu'il arrive dans l'illustre compagnie.»

Le prospectus n'était pas davantage inconnu des anciens et l'on cite une sorte de réclame rédigée par le poète latin Martial pour figurer sur un prospectus destiné à annoncer au lecteur le lieu où se vendent les livres de l'auteur.

Il va de soi que la Publicité commerciale dans les journaux est de création relativement récente, mais il est intéressant de remarquer que cette publicité a fait son apparition en même temps que la Publicité politique, car toutes deux ont le même père, l'illustre médecin Théophraste Renaudot; ce hardi novateur, après avoir fondé son «Bureau d'adresses et de rencontre», centre d'informations et de Publicité, où chacun pouvait se procurer l'adresse dont il avait besoin et tel autre renseignement de même nature, comprit bien vite qu'il fallait porter directement au public, à domicile, les offres et les demandes de ses clients; et dans ce but, il publia une «Feuille du bureau d'adresses» dont le premier numéro parut le 1^{er} septembre 1633; cette feuille n'était autre chose que la reproduction presque intégrale des registres du «Bureau d'adresses».

Voulez-vous savoir ce qu'on lisait dans ces Petites Affiches d'autrefois?

«Ce sont des terres et des maisons à vendre ou à louer, des offices et des meubles à vendre, des demandes de maisons

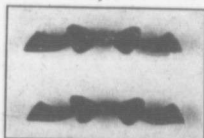
PHILLIPS & WRINCH

LIMITED.

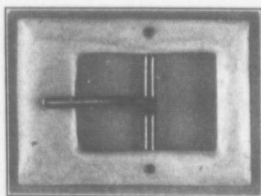
Articles de Tablette et Bimbeloterie.

Nous montrons ici quelques illustrations indiquant les modes correctes en ces marchandises pour le Printemps et l'Été 1909. Les ornements pour la chevelure continueront encore à être en grande demande et cette demande augmentera pour les peignes de côté. Des ornements d'une seule épingle, sous forme de dards, etc., seront beaucoup portés. Les effets de raisins dans la bijouterie et les ornements pour la chevelure seront très à la mode.

Nos sept voyageurs sont maintenant en route et couvriront leurs districts usuels en temps voulu pour le commerce du début du Printemps. S'ils ne vont pas vous voir, écrivez-vous directement. Votre ordre recevra une attention prompte et soignée, et, avec votre permission, nous vous enverrons en approbation un paquet des dernières nouveautés se vendant rapidement. Vous pouvez renvoyer à Nos Frais tout ce que vous ne désirez pas garder.



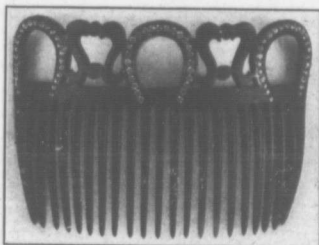
Nous avons une ligne complète d'Épingles Beauty, à détailler à tous les prix.



Cette Boucle est en Nacre, avec extrémités extra fortes. Nous avons une ligne complète de Boucles et d'Épingles de Ceinture, couvrant toutes les dernières créations, tant en métal qu'en perle.



Épingle de Voilette extra forte à détailler à 50c. Nous avons d'autres bonnes lignes en perle et en métal à vendre à partir de 15c.



Notre assortiment de Peignes et d'Ornements pour la chevelure est de beaucoup le plus vaste que nous ayons jamais produit. Nous avons des marchandises à détailler à partir de 10c. Jusqu'à \$12.00 chaque.



Cette petite Broche ou Épingle à Robe est un élégant petit article rose or, orné de raisins verts. Nous en avons à détailler à tous les prix.

Nous avons un stock complet de rouleaux et de filets pour cheveux dans toutes les grandeurs.

Nous sommes seuls agents des articles de tablette suivants bien connus:

Aiguilles Meteor de W. Woodfield & Sons—"The Best Needle."

Épingles de sûreté sans boucle "Capshead."

Rouleaux pour cheveux "Can't-Stip."

Ondulateurs "Crimp-Curl" et "Princess."

Nous faisons des formes de boutons en bois.

PHILLIPS & WRINCH

LIMITED.

25 rue Wellington Ouest, Toronto,

::

Québec: 137 rue St. Joseph.

Dernières Créations de la Mode



Photographie par Joël Feder.

Ce costume habillé en satin ou soie brillante convient parfaitement à une jeune femme, grande et assez développée pour le porter royalement.

Dernières Créations de la Mode



Photographie par Joël Feder

Cette robe distinguée en reps couleur fumée est uniquement garnie d'un devant plissé et de boucles. Des boutons en acier taillé font disparaître toute monotonie et les riches de cou et de poignets d'un blanc de neige donnent de l'élégance au costume.

à louer, etc..." On offre de donner l'invention de nourrir quantité de volailles à peu de frais, on demande un homme qui sache mettre du corail en oeuvre, on demande à emprunter de l'argent sur bonnes assurances, on propose de céder pour 48 livres un attas de Henrius Hondius, etc., etc..."

L'exemple de Renaudot fut suivi par Coilletet "le poète crotté" qui fit paraître en 1676 le "Journal des avis et des affaires de Paris". Ce journal offrait cette particularité remarquable et dont il n'y a pas d'exemple antérieur que les deux dernières pages étaient occupées par des annonces rangées sous une rubrique spéculée et imprimées en caractères différents de ceux du journal.

Je n'ai certes pas la prétention d'avoir tracé, dans le rapide aperçu qui précède, l'historique même incomplet de la Publicité; cette digression m'a paru cependant nécessaire pour vous indiquer à grands traits les sources anciennes où la Publicité a puisé la plupart des moyens qu'elle met en oeuvre. Comme nous le verrons, l'imagination et l'ingéniosité des spécialistes aidés par les observations des psychologues ont pu modifier les primitives procédés de réclame, mais sans y apporter toutefois des changements fondamentaux.

Comment expliquer dès lors cette prévention que beaucoup de bons esprits manifestent encore à l'égard de la Publicité? Simplement par la conviction ancrée dans leur cerveau que le produit de bonne fabrication doit trouver un écoulement assuré par le fait seul qu'il est offert au public dans les magasins du détaillant, sans que l'industriel ait besoin pour cela de recourir à la réclame, comme ils le disent, en attribuant à ce mot de réclame le sens le plus méprisant.

Ils en concluent qu'il est bien préférable de consacrer à l'amélioration de la qualité des produits, au perfectionnement du matériel et de l'outillage les sommes qu'exigerait la Publicité.

Et pour vous convaincre que c'est bien là le raisonnement de ceux qui demeurent réfractaires à l'emploi de la Publicité, je n'ai qu'à vous lire "l'avis important" imprimé en deux langues sur cette mince feuille de papier avec laquelle une grande maison de parfumerie enveloppe chacun de ses produits. Cet avis m'est tombé sous les yeux ces jours-ci et j'ai admiré cette nécessité de la Publicité.

S'il était nécessaire d'apporter des preuves à l'appui de ces éloquents paroles, il suffirait de constater les résultats merveilleux obtenus par les producteurs qui n'ont pas hésité à engager des frais parfois considérables pour le lancement de leur marque ou pour le développement de la vente d'un objet déjà connu, à la condition toutefois que la marchandise offerte au public soit de bonne qualité et d'un usage courant.

Le bon sens indique qu'il est impossible, même au prix d'une grosse dépense de Publicité, de former une clientèle étendue et durable pour un produit défectueux ou d'un champ limité. "La Publicité", dit encore M. Vergne, ne crée pas la valeur de la marchandise, mais elle crée la demande de cette marchandise, et si la valeur existe, elle crée la confiance."

C'est donc une erreur grossière de penser, comme le font certains, qu'il est inutile pour une bonne maison de faire de la Publicité.

Malgré ce n'est pas auprès de vous, jeunes gens de ce matin du XXe siècle, fils d'industriels et de commerçants avisés, ouverts à toutes les idées d'initiative et de progrès, ce n'est pas auprès de vous qu'il est nécessaire de plaider la cause de la Publicité! Vous avez déjà la notion précise de cette puissance qui se manifeste autour de vous sous les formes les plus diverses:

Avec le prospectus, modeste et peu coûteux, que des distributeurs importuns glissent dans votre main à tous les carrefours et qui s'enhardit souvent jusqu'à franchir votre porte dans la boîte du facteur;

Avec le catalogue élégant et luxueux, "ce véritable voyageur de commerce" qui possède l'heureux privilège de se trouver simultanément partout où sa présence est utile, et qui, grâce aux illustrations dont il est orné, fait circuler tout un magasin avec lui, bien mieux, comme je vous le montrerai tout à l'heure, des usines entières avec la reproduction fidèle des moindres détails de leurs machines les plus compliquées;

Avec l'insertion, insinuante ou brutale, qui sous des aspects variés—article d'allure scientifique, échos, fait divers, annonces et petites annonces—surgit en mille endroits, dans les quotidiens de la première à la dernière page, dans les journaux spéciaux, dans les périodiques, dans les almanachs, dans les annuaires, dans les guides et indicateurs de voyages, dans les programmes de spectacles;

Avec les objets-réclame si divers qu'on ne peut en citer qu'une infime partie: glace de poche, porte-cartes, éventails, canifs, etc.;

Et enfin avec l'affiche qui s'étale audacieuse, criarde, lumineuse, flamboyante sur tous les emplacements qui lui sont réservés le long des murs de nos villes, aux étages supérieurs de nos plus hautes maisons modernes, dans les profondeurs de notre métropolitain, dans les gares de chemins de fer, dans tous les véhicules servant au transport en commun, dans les endroits les plus reculés et les plus retirés, et à travers les campagnes en bordure des voies ferrées jusque dans les bourgs lointains, au grand dommage parfois de la beauté des paysages. Une Société n'a-t-elle pas élevé sa protestation

contre l'envahissement des plus beaux sites par cette Fée qui, peut-on dire, jouit du don d'ubiquité? et que dira-t-on encore si le nuage d'aujourd'hui, la publicité sur les nuages, devient la réalité de demain!

Messieurs, l'enthousiasme est le don de la Publicité; ne soyez donc pas surpris si j'apporte plus de flamme à vous faire cette leçon qu'à commenter devant vous le Règlement du marché des Farines ou à vous initier aux mystères d'un compte de liquidation.

De ce qui précède, il résulte: que la publicité est un auxiliaire indispensable du commerce.

Que les modes de publicité sont infiniment nombreux et que l'initiative de chacun peut en créer de nouveaux.

Mais, il ne suffit pas d'être convaincu des services que rend la Publicité et de connaître les facteurs qu'elle utilise; il est essentiel de ne pas oublier qu'une publicité, pour être efficace, doit être faite d'une façon intelligente. Il importe ensuite d'en contrôler avec soin les effets.

Les Américains, qui sont des maîtres en cette matière, ont fondé des écoles spéciales pour former des "advertisers" parmi lesquels les maisons de commerce recrutent leurs chefs de Publicité. Leurs psychologues ont formulé des principes et des méthodes qui peuvent être appliqués pratiquement à la Publicité et la "Théorie de la Publicité", simple exposition de l'influence des principes de la Psychologie sur la Publicité méthodique, a été écrite par Walter Scott, docteur en philosophie, directeur du laboratoire de psychologie de l'Université "North-West".

Je me borne à vous signaler que l'auteur a étudié la psychologie de l'attention involontaire spécialement appliquée à la Publicité générale; il n'entre pas dans le cadre de notre enseignement d'analyser les considérations développées dans cet ouvrage; je vous énoncerai simplement les principes qui y sont mis en lumière:

I.—Le pouvoir de tout objet de forcer notre attention repose sur l'absence d'attractions contraires.

II.—Le pouvoir attractif de l'attention de chaque objet dépend de l'intensité de la sensation éveillée.

III.—La valeur d'attention d'un objet dépend du contraste qu'il forme avec l'objet présenté avec lui: le précédent ou le suivant.

IV.—Le pouvoir attractif de notre attention que peut exercer un objet quelconque, ou sa valeur d'attention, dépend de la facilité avec laquelle nous pouvons le comprendre.

V.—La valeur d'attention d'un objet dépend de l'intensité du sentiment suscité.

VI.—La force d'attention que produit un objet dépend du nombre de fois que nous le voyons.

Cols Challenge en Caoutchouc

Le Col Challenge Arlington est absolument la meilleure imitation qui soit faite des articles en toile.

Ne vendez qu'une ligne active de Cols. Ne vous encombrez pas de Cols qui ne quittent jamais vos rayons.

Les Cols Arlington en Caoutchouc se vendent chaque jour dans toutes les cités, villes et villages, de l'Atlantique au Pacifique.

Obtenez-vous le bénéfice de cette ligne? Si non, écrivez aujourd'hui même pour un échantillon. Col envoyé par la malle à tout marchand qui en fait la demande. Nous savons que vous placerez un ordre, qui sera expédié par l'intermédiaire de votre marchand de gros sur votre demande.

Nous manufacturons des Peignes de Toilette, Peignes Fins, Anneaux Martingale, Boucles genre Harnais et Supports de Col.

Si vous vous intéressez à une quelconque des lignes ci-dessus, écrivez dès maintenant.

The Arlington Company of Canada,

LIMITED.

54-64 Fraser Ave., . . . Toronto.

REPRESENTANTS:

POUR L'OUEST,
J. A. CHANTLER & CO.,
TORONTO.

POUR L'EST,
DUNCAN BELL & CO.
MONTREAL.

Il ne s'ensuit pas toutefois qu'il y ait des règles immuables, identiques pour toutes les personnes et pour tous les cas. Les principes qui précèdent permettent sans doute de déduire des considérations pratiques très utiles pour la rédaction des prospectus et des annonces, pour le choix des coloris et de l'emplacement des affiches pour la nécessité de leur répétition et de leur permanence; et, ainsi, la Publicité apparaît non plus comme uniquement guidée par l'empirisme, mais comme une science qui s'appuie sur les découvertes expérimentales de la Psychologie.

Mais, ne l'oublions pas, chaque commerce a son caractère et ses exigences particulières; ce qui est vrai pour l'un n'est pas forcément pour l'autre. Dès lors, comment et pourquoi un commerçant se décidera-t-il en faveur d'un système plutôt que d'un autre? Comment discernera-t-il les moyens les plus pratiques et les plus avantageux pour lui?

C'est en cela, messieurs, que consiste tout l'art de la Publicité et je vais rapidement vous indiquer les principaux éléments dont il y a lieu de tenir compte pour choisir avec profit les organes de diffusion d'une Publicité rationnelle.

Ai-je besoin de vous dire que la question financière prime toutes les autres?

Pour établir un premier budget de Publicité, il importe d'abord de ne pas perdre de vue que la condition la plus importante de toute publicité est la répétition; il est évident en effet que ce n'est pas du premier coup que la réclame porte ses fruits; l'annonce la mieux rédigée, l'affiche la plus originale ne réussiront pas à implanter immédiatement dans l'esprit du lecteur la marque ou le nom du fabricant. Il faut agir sur le public par obsession et la ténacité est de rigueur.

Il est donc nécessaire de bien mesurer ses ressources et de ne pas tenter une Publicité qui serait d'avance vouée à l'insuccès, si elle était insuffisante.

On recommande souvent d'être prudent au début, de tâter le terrain, de commencer par une publicité restreinte et de ne s'engager plus avant qu'après s'être assuré des résultats obtenus à la suite de sa précédente campagne. Le conseil est certainement très sage et, en suivant ce système, de petites maisons se sont développées assez rapidement au fur et à mesure que leur Publicité s'étendait.

Mais il n'est pas toujours possible d'opérer ainsi et dans certains cas, au contraire, il est indispensable de consacrer tout d'abord des sommes très importantes à la Publicité et notamment, lorsqu'il s'agit de substituer un article nouveau et de grande consommation à celui qui jouit déjà de la faveur du public, ou bien quand on veut lancer un article sur lequel un bénéfice ne peut être réalisé que grâce à un écoulement énorme.

Par la suite, une fois la clientèle attirée et le succès atteint, le commerçant peut espacer ses insertions ou restreindre son affichage; mais il ne doit en aucun cas les supprimer complètement. Il ne faut pas oublier que les générations se succèdent avec les années et qu'il est nécessaire de s'imposer à la dernière venue comme aux précédentes; le plus on s'expose, en cessant sa publicité, à se trouver obligé de la reprendre avec toute l'intensité primitive le jour où l'on est menacé dans ses positions acquises par des maisons rivales; et à ce moment-là, il serait peut-être trop tard pour reconquérir tout le terrain perdu!

Avant d'entreprendre une campagne de Publicité, le commerçant devra donc en étudier avec soin toutes les conséquences financières et se pourvoir du capital nécessaire de façon à s'engager résolument et sans arrière-pensée dans la voie qu'il aura choisie et à la suivre jusqu'au bout.

Pour opter entre tous les moyens qui s'offrent à lui d'atteindre son but et dont chacun a sa raison d'être et ses mérites propres, il faudra que le commerçant tienne compte en premier lieu de la destination du produit à lancer; chaque objet peut s'adresser par certaines de ses qualités et par ses prix à une clientèle spéciale.

Nous examinerons dans notre prochain leçon les distinctions qui sont à prévoir à ce sujet; mais nous dirons aussi qu'il n'est pas moins indispensable de consacrer tous ses soins à la rédaction des prospectus et des annonces, à la composition des catalogues et des affiches. C'est par l'emploi des arguments convaincants, c'est par la trouvaille du mot, de la phrase, du personnage-type qui symbolisent une marque, c'est avant tout par la recherche de l'originalité que l'on arrive à produire une forte impression sur l'esprit du public et à provoquer des associations stables entre l'idée d'un produit et son utilisation, de telle sorte que lorsque le consommateur aura besoin d'un objet de cette nature, la marque connue soit automatiquement rappelée et suggère l'achat.

Nous constaterons ainsi, messieurs, que c'est là un problème complexe et délicat dont la solution exige—dans chaque cas particulier—l'étude attentive de tous ceux qui veulent faire une publicité "bien définie, judicieuse, raisonnablement prodigue".

Remboursez-vous réellement l'argent avec plaisir, quand un client le demande? Tenez-vous votre magasin d'une propriété scrupuleuse? Est-il brillant, éclairé, aéré et est-ce un endroit plus agréable pour y faire des achats que la moyenne des autres magasins? S'il en est ainsi, rappelez-le au public de temps à autre.

LA QUESTION DU CAOUTCHOUC EN 1908

Le caoutchouc a beaucoup d'ennemis, mais il n'a pas encore de rivaux et tout indique que sa vogue n'est pas épuisée, bien loin de là. On peut encore lui prédire de brillantes destinées dans le monde civilisé.

Les ennemis du caoutchouc qui nous vient du Para sont nombreux, mais appartiennent à des catégories très diverses. La fraude s'ingénie pour l'additionner de substances inertes et le prive de ses principales vertus. Les routes poussiéreuses le déchirent sans trêve et l'usent rapidement. Bref, c'est un produit très précieux, très utile et très dénuaté. On songera quelque jour à le défendre contre les attaques dont il est l'objet.

Mais le caoutchouc résiste à toutes les imitations. La science, malgré ses recherches, n'a rien trouvé qui le puisse remplacer, et l'on n'entrevoit pas le jour où la concurrence le détrônera. Ses qualités exceptionnelles de souplesse et d'imperméabilité, sa résistance aux courants électriques, tout concourt à assurer cette suprématie sur toutes les matières élastiques.

On ne doit donc pas s'étonner des progrès énormes que la consommation du caoutchouc a fait depuis dix ans. La production s'est développée dans les mêmes proportions.

Elle était, dans le monde:

En 1897, de 45,000 tonnes;

En 1900, de 60,000 tonnes;

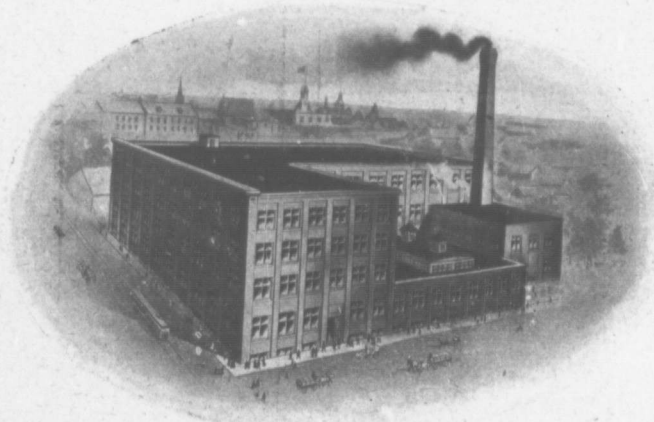
En 1907, de 75,000 tonnes.

Malgré sa progression considérable de la production, les prix du latex n'ont pas fléchi jusqu'en 1907. La crise qui a sévi depuis ne peut être de longue durée, car les emplois industriels du caoutchouc se multiplient rapidement. La chirurgie a commencé; puis sont venus les usages vraiment industriels comme l'arrosage, la garniture des étoffes, la fabrication des chaussures et des câbles, l'appareillage électrique, l'usage des pneumatiques pour les automobiles et, bientôt après, pour les voitures à traction animale. La gutta-percha, qui est un dérivé de la gomme précieuse, pénètre dans les habitations et les usines. On en fait des matelas moelleux pour les machines bruyantes, et certains parquets lui doivent leur élasticité et leur insonorité. Elle a aussi des qualités plastiques tout à fait appréciables. Il faudrait, d'ailleurs, une véritable nomenclature pour énumérer tous ses mérites, dont personne ne doute et qui constituent réellement un monopole. L'histoire du caoutchouc est assez récente. On l'a tiré d'abord des forêts vierges de l'Afrique centrale et du Brésil. Les indigènes se chargeaient de la récolte et tuaient les lianes dont la sève se transforme en caoutchouc, par des sai-

The Galt Knitting Company

Galt, Ontario

Limited



Sous-Vêtements Marque "Tiger"

POUR HOMMES



POUR GARÇONS

Fleece Lined Scotch Knit Côtes Elastiques
 En Pesanteurs légère et lourde

Matinées et Peignoirs, Duvetés (Eiderdown)

Echantillons pour l'Automne 1909, maintenant entre
 les mains des voyageurs.

ONTARIO
 J. E. McClung
 Toronto

QUEBEC
 P. de Gruchy
 Montreal

PROVINCES MARITIMES
 J. A. Murray
 St. John

MAN. et OUEST
 Gerhardt
 Hanley

McKay Co., Winnipeg

gnées abusives. Ils mélaient trop souvent à la gomme pure des substances étrangères. A ces inconvénients déjà sérieux, il faut ajouter la cherté des transports et l'éloignement des régions exploitables. Les caoutchoucs brésiliens et congolais valaient donc de 55 à 75c la livre dans le pays d'origine, et le bénéfice du commerce était très limité. A certains moments, il a été nul.

C'est là ce qui explique la création récente des plantations dans les grandes îles océaniques. A Ceylan, à Sumatra, à Bornéo la production est facile et les transports ne manquent pas. La main-d'œuvre est également abondante. Le prix de revient est donc tombé à 19c la lb. On voit que le Brésil, qui produit 41,000 de tonnes par an, plus de la moitié de la production du monde entier, sera bientôt menacé par ses rivaux. Marseille, un jour prochain, luttera avec Londres, Anvers et Bordeaux auxquels, jusqu'ici, les arrivages étaient réservés.

Mais le développement de la production ne fera qu'exciter la consommation. On n'en saurait douter quand on se rend compte des services rendus par le caoutchouc et de l'usure rapide de ce produit. On ne peut pas le remplacer par les installations électriques, car il est l'isolant par excellence et il a là un domaine presque illimité.

En pourra-t-on dire autant du caoutchouc employé par les automobiles ou les voitures à chevaux? Nous ne le pensons pas. Tôt ou tard le pneumatique fragile cédera le pas à un ressort résistant qui fera le même office, car les bicyclettes sont assurées d'un long avenir et l'enveloppe caoutchoutée leur donnera longtemps encore l'élasticité dont elles ont besoin. Mais, ne peut-on pas supposer, prévoir même, que le caoutchouc qui enveloppe la roue des voitures rapides et s'use si vite, pourra être mis à l'abri des morsures de la route pierreuse? A chacune des Expositions qui se succèdent, avec un éclat toujours croissant, on s'est demandé si le résultat cherché n'était pas atteint, car on a vu des modèles ingénieux qui paraissent résoudre le problème. Il est peu probable cependant que le caoutchouc soit évincé complètement, car il sera toujours le meilleur des amortisseurs. Ce n'est pas tout, l'horizon du caoutchouc est très vaste encore, car il servira aux conquérants de l'air dont les succès sont si rapides et si étonnants.

Les aéroplanes, très vraisemblablement, ne supplanteront pas les dirigeables et les gommés légères seront toujours recherchées par les constructeurs de ballons. Les sous-marins sont aussi des clients pour le caoutchouc. Il faut ajouter que ce produit est essentiellement périssable et qu'il ne résiste guère aux épreuves par lesquelles on le fait passer. Ce sont là des garanties de succès pour

ceux qui planteront les divers végétaux dont le latex est issu.

Dans quelles régions pourra-t-on les planter? Il serait téméraire de le dire, car les essais n'ont pas été nombreux ni suivis dans les colonies asiatiques. On sait que le caoutchouc a été jusqu'ici réservé aux régions tropicales, mais la liane pourra être acclimatée dans les parties moins chaudes du globe. Le ficus elastica croît partout où la gelée ne sévit pas. Il se trouvera certainement d'autres essences également robustes qui pourront être employées. Les gouvernements qui possèdent des colonies en Asie et en Afrique, auraient grand intérêt à multiplier les jardins d'essai et à favoriser les plantations de pépinières. Il est probable que les tentatives ainsi faites seront couronnées de succès. Tout présage donc un long et brillant avenir au caoutchouc, et son utilité, sa nécessité même sont la garantie du succès qui l'attand.

Nous sommes loin des balles et des gommages à effacer qui représentaient, vers 1860, pour les collégiens d'alors, les usages les plus courants du caoutchouc.

Ambroise Rendu.

(Môhiteur Industriel).

L'APPRECIATION DES EMPLOYÉS CONSCIENCIEUX

Les employés consciencieux ne devraient jamais être oubliés.

Un nombre relativement faible d'hommes travaillant pour d'autres s'intéressent assez aux affaires de leurs patrons pour négliger leurs propres plaisirs et pour aider à la bonne marche des affaires. La plupart d'entre eux prennent soin de ne travailler que pendant le temps exact pour lequel ils sont payés et un bon nombre de ces employés sont enclins à négliger le travail pendant ce temps-là. Ils ne peuvent pas être blâmés d'une telle action dans bon nombre de cas, car la plus grande partie des employeurs font très peu pour encourager leurs employés à travailler pour eux comme ils le feraient pour eux-mêmes.

Les jeunes gens peuvent être lents à apprendre de nombreuses choses, mais d'habitude ils voient rapidement si des efforts spéciaux de leur part sont appréciés, et un manque d'appréciation convenable ou le défaut de toute appréciation enlèvera à la plupart des employés leur énergie plus que ne le ferait une maladie.

L'employeur qui ne donne pas à chaque homme à son emploi une occasion de montrer ses facultés pour un travail meilleur et son aptitude à obtenir un meilleur salaire, néglige une question très importante. On ne peut dire quand cet homme pourra être employé avec profit, si son aptitude n'est déjà éprouvée, tandis qu'il peut être très coûteux de négliger

de faire cette épreuve et d'être obligé par la force des circonstances à le placer dans une position où ses facultés ne seront pas mises à l'épreuve.

Un homme qui s'y connaît en affaires doit être comme un général. Il doit connaître les aptitudes de ses subordonnés et il ne peut y arriver qu'en les éprouvant de diverses manières et en manifestant toujours son appréciation du travail bien fait. Quelques mots bien choisis dits en temps opportun, rendront plus précieuse pour les affaires, un employé consciencieux.

LE CHOIX D'UN PARDessus

C'est là une question d'actualité puisque nous voici à l'entrée de l'hiver.

Comme le faisaient remarquer dernièrement une grave publication médicale anglaise, dans cette question du pardessus, on paraît complètement ignorer les considérations hygiéniques. Et tout d'abord en ce qu'on confond volontiers le vêtement lourd avec le vêtement chaud, alors que les deux choses sont presque opposées.

Si on met un pardessus ou un vêtement quelconque, c'est ordinairement pour empêcher la chaleur du corps de se perdre dans l'air environnant; et il est essentiel, par suite, que les tissus composant ces vêtements soient mauvais conducteurs de la chaleur. Or, presque toujours, les matières lourdes sont bonnes conductrices et laissent la chaleur naturelle s'échapper, tandis que c'est le contraire pour les matières légères. A cela, on doit ajouter aussi que le pardessus lourd fatigue à porter et nous impose un effort bien inutile.

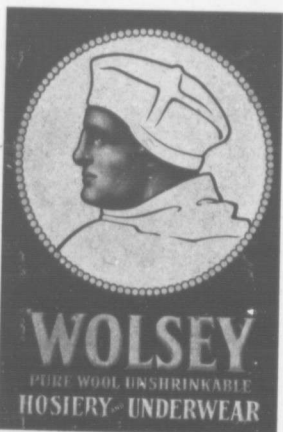
L'idéal d'une étoffe en cette matière, c'est qu'elle soit légère et mauvaise conductrice, et, de plus, suffisamment poreuse pour laisser la ventilation relative de notre corps se faire. En épargnant notre chaleur naturelle, nous sommes comme un mécanicien qui entoure sa chaudière et sa machine d'un revêtement calorifuge: nous faisons des économies de combustible, et le combustible, ici, c'est la nourriture. L'achat d'un bon pardessus, pour coûteux qu'il paraît, se traduit donc par une économie sur le budget alimentaire, quoiqu'on ne s'en doute pas communément.

Sans doute, le pardessus ne s'impose pas en lui-même, si l'on porte des vêtements ordinaires vraiment chauds, évitant cette déperdition de chaleur et de combustible dont nous venons de parler. Mais il a cet avantage de pouvoir se mettre par-dessus des vêtements légers, au froid du dehors, ou quand la température se refroidit; et avec une simple épaisseur d'étoffe, vous obtenez un résultat excellent pour la protection de la chaleur du corps. C'est qu'en le pardessus et le vêtement ordinaire, vous emprisonnez

Matthews, Towers & Company

Montreal • Canada

QUARTIERS GENERAUX DES CELEBRES



SOUS-VETEMENTS ET BONNETERIE

et des plus belles lignes de Fouritures pour Hommes offertes au Canada

Quand vous achetez des Fouritures pour Hommes, vous avez besoin de ce qu'il y a de meilleur et de ce qui convient le mieux à votre clientèle, et c'est là que nous entrons en scène. Nous offrons des articles exclusifs et, en raison de notre longue expérience dans cette ligne, nous savons ce qu'il faut à tous les commerces.

Nous avons des marchandises qui vous feront impression comme lignes dont vous avez besoin dans vos affaires.

Permettez à M. DELISLE, qui nous représente dans la province de Québec, de vous montrer les échantillons.

Il a plusieurs valises pleines de marchandises que vous pouvez acheter avec profit.

Matthews, Towers & Company

ETABLIS EN 1890

La Principale Maison de Bonneterie et de Sous-Vetements du Canada

une couche d'air qui peut se renouveler du reste, et vous ventiler; et l'air est le meilleur des isolants au point de vue de la chaleur. Un vêtement ordinaire léger et un pardessus léger lui-même, vous préserveront bien plus effectivement du refroidissement qu'un lourd vêtement.

Encore un mot pour ruiner un préjugé sur la couleur du pardessus, et en général des vêtements d'hiver.

On considère volontiers (les tailleurs aidant) que les colorations sombres, les bruns, les bleus foncés, les noirs, etc., sont de mise en hiver: mais l'exemple que nous donne la nature, en dotant les animaux d'un pelage blanc ou plus clair durant la saison froide, est là pour infirmer cette opinion. L'ours polaire est blanc, le renard argenté prend cette nuance quand vient la froidure, etc. Les colorations claires laissent moins passer la chaleur que les colorations foncées (et c'est également pour cela que l'Arabe se trouve bien de porter un burnous blanc: ici il empêche la chaleur extérieure d'arriver à lui: nous, avec le pardessus, nous prétendons empêcher notre chaleur naturelle de s'en aller au dehors). Cela peut paraître bizarre de conseiller de s'habiller en blanc l'hiver comme l'été, et, au premier abord, cette couleur à deux fins semble paradoxale; mais c'est la vérité scientifique. En tous cas, si l'on ne veut pas prendre un pardessus blanc pour le faire moucher de la boue de nos villes, il serait plus rationnel d'abandonner les nuances trop sombres, qui n'ont rien d'agréable par elles-mêmes.

Pierre de Mériel.

LES CAUSES D'INSUCCES EN AFFAIRES

Une analyse des raisons données des succès en affaires donne des résultats intéressants, dit un écrivain dans le "Grovers' Assistant", de Londres, Angleterre. Le plus important facteur de tous est l'incompétence. Dans un rapport fait par une agence américaine de renseignements, l'incompétence vient en tête de la liste, et cependant, au point de vue commercial, il est difficile de dire que les Américains soient incompétents. Il y a là un fait significatif. Un peuple habile en affaires a pour principale cause de ses succès l'incompétence. Une foule de questions se présentent à l'esprit. Cela veut-il dire que trop d'hommes se mettent en affaires à leur compte, pensant pouvoir faire tout ce qui est nécessaire, simplement pour prouver leur incapacité? Le mot compétence est une expression au sens large: il suggère des connaissances étendues et de la puissance pour agir comme on doit le faire en affaires. Est-ce l'absence de l'une ou de l'autre de ces choses (ou de toutes les

deux) qui cause les insuccès? Après tout, cela importe peu, car le mot incompétent est un terme qui s'applique à toute espèce de faiblesse. La situation prend un aspect heureux quand on pense qu'un homme compétent a une bonne chance de tenir la tête haute. Il peut se trouver dans des circonstances défavorables; car même un homme compétent ne peut rien faire sans argent et, s'il est dans cette situation, toute son habileté ne lui servira de rien. Avec du temps, il pourrait sortir d'une impasse, mais il y a des cas où le succès et l'insuccès sont déterminés par le temps. Cependant, si vous connaissez bien votre affaire, vous êtes sur la grande voie qui mène à la réussite. Maintenant la connaissez-vous aussi bien que vous le pourriez?



M. F. N. Picard

Représentant MM. Perrin, Frères et Cie, à Montréal et dans la partie Est de l'Ontario, nouvellement élu directeur de la Dominion Travellers' Association.

L'OEUVRE DU MANUFACTURIER DE VETEMENTS

Dans une entrevue avec un manufacturier de vêtements—un des plus importants du Canada—dit "Industrial Canada", celui-ci nous dit: "Pouvez-vous vous rappeler de quel avient l'air les gens de ce pays-ci, il y a quinze ou vingt ans, c'est-à-dire en ce qui concerne leur habillement? Si vous le pouvez et si vous faites une comparaison entre eux et les gens que vous remontrez aujourd'hui dans nos rues, vous remarquerez la grande amélioration qui s'est produite dans leur apparence.

L'homme ordinaire d'il y a vingt ans était mal habillé; aujourd'hui, il est bien mis, élégant et même à la mode et sou-

venez-vous que je ne parle que de l'homme que vous rencontrez ordinairement et non de l'exception. Ce changement m'intéresse naturellement et, bien que d'autres personnes aient pu le remarquer je ne pense pas qu'il y en ait une sur mille qui se rende compte de la manière dont ce changement s'est produit. Sans doute la plupart des gens invoqueront, comme raison, les salaires plus élevés que l'on gagne aujourd'hui, ce qui permet au peuple de se procurer des vêtements meilleurs.

Toutefois, la moyenne des hommes paient moins pour leurs vêtements aujourd'hui qu'autrefois.

L'amélioration est due entièrement au développement de l'industrie des vêtements. Il fut un temps où toute confection convenait et où une bonne partie des vêtements était expédiée dans notre pays par les "sweat shops" de l'étranger, et où ces vêtements étaient mis ensemble pièce-mêle par des ouvriers incompétents qui travaillaient pour presque rien. Avec le développement de l'industrie manufacturière de vêtements au Canada il se produisit une compétition plus active pour de meilleurs vêtements et des prix plus serrés, de sorte qu'aujourd'hui nous avons des gens mieux mis au lieu de ceux pauvrement habillés d'il y a vingt ans et ces gens s'habillent à meilleur compte."

Nous n'avions jamais apporté une attention particulière à ce changement, et nous avions encore moins cherché à en trouver la raison; mais cette raison nous étant indiquée, la comparaison vient facilement à l'esprit. Aujourd'hui des milliers de nos concitoyens les mieux mis portent des vêtements de confection; il y a vingt ans et à une époque encore plus récente, ils faisaient faire leurs vêtements sur mesure et payaient à leur tailleur cinquante à cent pour cent de plus que leurs vêtements leur coûtent aujourd'hui.

Les deux dépenses les plus importantes dans la vie quotidienne sont celles qui concernent la nourriture et l'habillement. En ce qui concerne ce dernier article, les manufacturiers aujourd'hui économisent au public non seulement des centaines, mais des centaines de milliers de dollars chaque année, et ils s'habillent mieux qu'autrefois. C'est un exemple frappant de l'accroissement des bénéfices pour la population entière, dérivés du développement d'une grande industrie nationale.

Les bonnes annonces sont comme les costumes faits sur mesure par le tailleur. Les annonces faites à-la-diabole sont généralement écrites précipitamment, sans considération pour la valeur de l'espace ou les résultats à obtenir. Mesurez l'objet à annoncer sous toutes ses faces, notez tous les points de nature à faire impression sur telle ou telle personne. Avec ces mesures en votre possession, vous serez à même de bâtir l'annonce qui créera une impression.

6 Mois d'Assurance

CONTRE LE

REPRISAGE



Cela ne nous paierait pas

de garantir quoi que ce soit, sauf un produit supérieur, s'ajustant parfaitement et confortable, quelque chose qui ne soit pas exactement tel que représenté.

Cela vous paiera

de vendre des marchandises garanties qui donnent à vos clients une satisfaction durable qui les fait revenir pour avoir encore de la même sorte de marchandise.

**Faite
pour
s'ajuster.**

NEVERDARN
Holeproof Hosiery
POUR HOMMES ET FEMMES.

**Ajustée
pour
durer.**

Tricotée absolument sans couture avec six torons de longues fibres de fil Maco et Lisle spécialement préparées, entrelacées. Teinte par un nouveau procédé de teinture sanitaire, qui laisse le tissu aussi fort, aussi propre et aussi souple que la bonneterie non teinte. En nuances cuir, tan et noir.

Six Paires Garanties pour Six Mois.

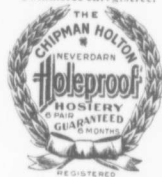
Chaque boîte contient notre coupon de garantie, comme suit : "Si une des six paires ou toutes les six paires de bas demandent un reprisage dans un intervalle de six mois à partir de la date où vous les avez achetées, nous vous enverrons à nos propres frais une nouvelle paire pour chaque paire endommagée retournée."

Poussez cette Ligne.

Cela vous paiera, car quelqu'un dans votre ville va en vendre un lot et vous pourriez aussi bien être ce quelqu'un là. Profitez de notre publicité qui crée la clientèle et

**Donnez un ordre maintenant
à votre fournisseur.**

Chaque paire estampée
de cette Marque de
Commerce enregistré.



Chipman Holton Knitting Co., Ltd.

Hamilton

Canada

E. H. WALSH & CO., Seuls Agents de Vente, TORONTO et MONTREAL.



On nous a demandé spécialement de faire une Annonce de Printemps, et c'est en toute confiance que nous répondons, parce que nous pouvons indiquer avec plaisir les conditions grandement améliorées pour 1909 relativement à 1908, dans toutes les parties du Canada.

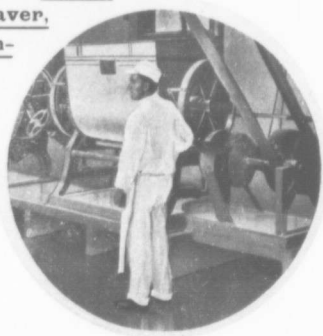
Des rapports provenant de toutes les parties du Dominion indiquent que l'argent sera plus abondant en 1909, et nos voyageurs, ainsi que notre personnel des ventes, nous assurent que, bien qu'ils aient reçu un bon ac-

The W. R. Brock Company (Limited)
MONTREAL



cueil quand ils prenaient des ordres pour 1908, cet accueil ne peut se comparer un seul instant à la facilité avec laquelle ils prennent des ordres pour 1909.

Nous serons heureux d'apprendre qu'il en est de même pour d'autres; mais il peut se faire que l'enthousiasme de notre personnel vendeur soit dû grandement au fait qu'il peut offrir des valeurs telles que nos tissus pour drap XYZ et Honest, nos doublures Beaver, nos ginghams Anderson et Kingcot.



The **W. R. Brock Company** (Limited)
MONTREAL



les étoffes à robes
Sovereign, la bonne-
 terie Lion, des carrés de
 tapis, des tapis, les vêtements
Invader pour Dames et les
 velveteens Sunbeam.

Nous vous invitons à vi-
 siter notre magasin, quand
 vous serez à Montréal et à
 examiner notre stock. Nous
 sommes en forme splendide
 pour nous occuper des af-
 faires du Printemps, et nous
 aimerions à EXECUTER vos
 ORDRES.



The **W. R. Brock Company** (Limited)
MONTREAL



Bonnet Directoire couvert de velours noir avec "facings" en soie brochée et garniture formée de trois plumes d'autruche.

Modèle de John Wanamaker

LA CRISE ECONOMIQUE DES ETATS-UNIS ET LES LECONS A EN TIRER

Conférence de M. A. H. Hardy à la Société des Marchands-Détailleurs de Nouveautés

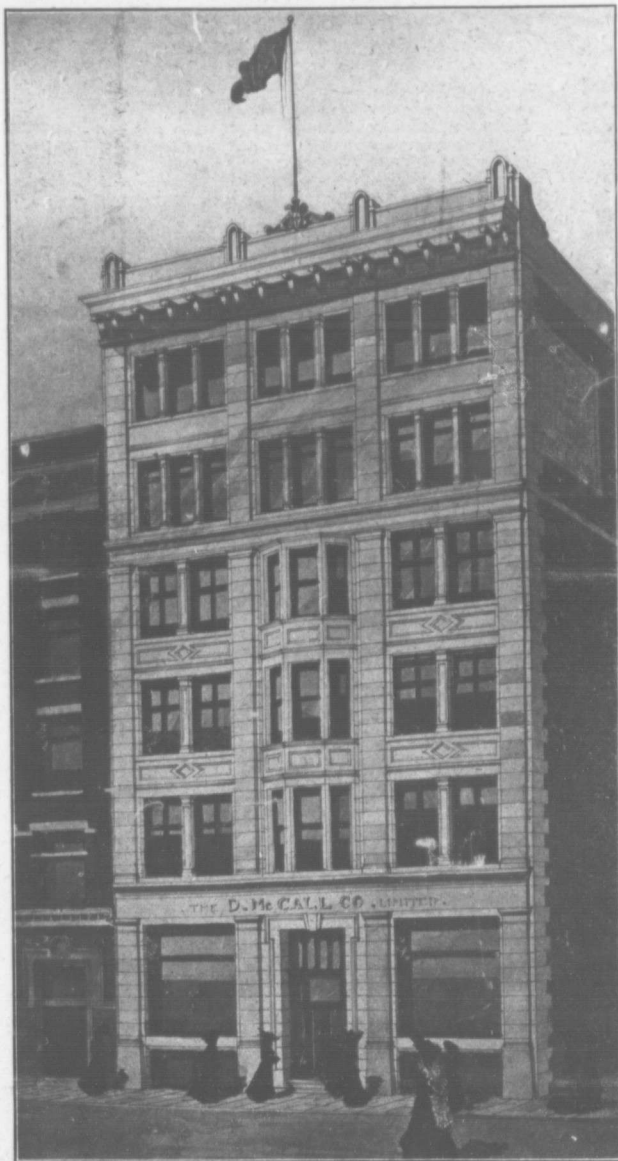
La crise financière que viennent de traverser les Etats-Unis au cours des douze derniers mois, n'est qu'une des phases d'une crise générale d'ordre économique qui atteint en ce moment le monde entier. Aussi, ai-je cru qu'une causerie sur ce sujet, intéresserait les membres et les amis de notre association. Nous avons suivi avec un intérêt tout particulier cette question et c'est pourquoi je viens vous demander quelques instants afin de vous donner des détails importants sur ce sujet d'actualité. Je dois vous dire d'avance que cette étude n'est pas toute de moi. Je l'ai empruntée en bonne partie de M. Raphael George Lévy, économiste français. Je me contenterai donc de vous citer son opinion et d'y ajouter, çà et là quelques commentaires et de tirer une conclusion.

Comme nous le savons, tous les économistes français sont les mieux renseignés sur ce qui concerne la finance de tous les pays du monde. Ils ont chez eux et surtout à Paris tout ce qu'il faut pour le renseigner d'une manière exacte et précise sur tous les marchés du monde. Ils possèdent pour ainsi dire la clef de toutes les opérations financières commerciales, industrielles et politiques et c'est pourquoi ils ne se trompent guère dans ce qu'ils avancent, c'est pourquoi aussi, en observateurs sérieux qu'ils sont, les économistes, les capitalistes ou financiers français savent toujours donner des conseils pratiques aux nations qui vont les consulter ou leur demander de l'aide en temps de crise. Nous savons ce qui s'est passé quand les Américains se sont adressés à eux au commencement de la crise. Inutile de rentrer dans les détails. Je serais trop long. Voici donc ce que dit M. Lévy:

"Au cours de 1906, la prospérité américaine atteignit un degré extraordinaire. Ce n'était, du reste, que le développement d'une situation qui, depuis longtemps, ap-

paraissait aux yeux de tout observateur attentif et dont un petit nombre de chiffres suffissent à attester l'éclat. Les Etats-Unis fournissent en ce moment environ la moitié du fer et de l'acier, les deux cinquièmes du charbon, le tiers du plomb, les trois cinquièmes du cuivre, plus du quart du zinc, près du quart de l'or, plus de la moitié de l'argent, les trois quarts du coton, les trois cinquièmes du pétrole produits dans le monde. Ils exportent des céréales et de la viande en quantités considérables. Leur récolte en froment, maïs et avoine a été, en 1906 de 4627 millions de boisseaux. Ils possèdent un réseau de chemins de fer de 360,000 kilomètres, supérieur d'environ 20,000 kilomètres à tous ceux de l'Europe, réunis (1). Leur commerce extérieur à lui seul, qui ne représente qu'un bien faible volume par rapport à celui du commerce intérieur, se chiffre par plus de 15 milliards de francs, et les exportations en 1906 ont dépassé les importations de 2.700 millions

(1) Le kilomètre correspond à $\frac{1}{3}$ de mille moins 19 pieds et 2 pouces.



**La
Maison
Renommée
pour les
Modes.**

Les Importations pour la Saison
du Printemps sont
déjà en mains.

Elles seront prêtes pour les ache-
de bonne heure.

La Maison qui re-
présente ce qu'il
y a de meilleur en
toutes choses dans
les Modes.

Le Meilleur Stock.

**Le Meilleur
Assortiment.**

La Meilleure Valeur.

Un Accueil Cordial
Attend l'Acheteur.

THE D. McCALL CO., LIMITED.
TORONTO.

Succursales à Winnipeg, Montréal, Ottawa, Québec.



Chapeau en velours chiffon rose, garni de plumes roses.
Modèle de John Wanamaker

de francs. Le budget fédéral 1906-1907 s'est soldé par un excédent de 300 millions de francs, et le capital de la dette fédérale ne dépasse pas 11 milliards de francs; si on déduit de cette dette, l'encaisse du Trésor qui contient l'un des plus-gros stocks d'or du globe, elle n'atteint pas 5 milliards, fardeau léger pour une population de 85 millions d'habitants.

"Nous pourrions continuer cette statistique et énumérer bien d'autres éléments encore d'une vitalité qui a rempli le monde d'étonnement et d'admiration. Elle s'est traduite à un moment donné par une animation extraordinaire des Bourses, ces vastes marchés financiers ou viennent aujourd'hui se manifester les résultats de la plupart des entreprises, où se cotent les crédits des États et des Sociétés particulières... Les actions des chemins de fer américains, au cours de l'été de 1906, furent poussées à des hauteurs que beaucoup d'entre elles n'avaient ja-

mais connues; cette ascension rapide paraissait justifiée par des déclarations de dividendes qui, dans quelques cas, passèrent du simple au double: l'Union Pacific donnait 10 p.c., la Southern Pacific 5 p.c. Les actions d'un grand nombre d'entreprises industrielles suivaient la même marche; celles de la célèbre corporation de l'acier, qui au début du siècle, étaient tombées à quelques dollars, s'élevaient au cours de 50, et le reste à l'avenant.

Cependant, après l'apogée de ce mouvement de hausse, qui eut lieu au mois d'août 1906 et qui coïncida avec des déclarations imprévues de dividendes sur les principales lignes de chemins de fer, une certaine hésitation se fit sentir. Les gens sages pensaient que ces augmentations de dividendes, si même les recettes les justifiaient, auraient gagné à être réparties sur quelques exercices. D'autres critiquaient les opérations gigantesques par lesquelles plusieurs compagnies de

chemins de fer avaient acheté ou vendu d'énormes quantités d'actions d'autres lignes dont elles voulaient s'assurer le contrôle, ou le céder à des tiers. Ensuite, fait plus significatif, les besoins de capitaux s'annonçaient comme devant être considérables: les chemins de fer en particulier, tout en accusant des recettes en progression rapide et en faisant apparaître dans leurs bilans des bénéfices importants, préparaient des appels au crédit sous toutes les formes, afin de procéder à des travaux d'extension et d'amélioration. Beaucoup d'entre eux, et ce furent peut-être les plus sages, créèrent de nouvelles actions; la compagnie de Pennsylvanie, qui passe pour l'une des premières et des mieux administrées, doubla son capital, qui s'élève maintenant au chiffre respectable de 400 millions de dollars. D'autres émettent des obligations à la mode américaine, c'est-à-dire remboursables en bloc à une date déterminée: plu-



Dans les Draps et dans les Sous-Vêtements nous offrons des tissus en laine la plus pure, d'un dessin et d'une couleur riches.

Le prix est très raisonnable. Il y a un bon profit pour le marchand et nous donnons notre garantie au consommateur. Tout cela forme une combinaison non surpassée sur ce marché ou sur tout autre. Nous sollicitons votre clientèle estimée, quand nos vendeurs iront vous voir.

HEWSON WOOLEN MILLS, Ltd., AMHERST.

Harris & Co'y, Limited

Rochwood, Ontario

MANUFACTURIERS DE

LAINAGES DE HAUTE CLASSE

Représentants:

London :

Montréal :

Halifax :

Winnipeg :

J. A. IRWIN, HECTOR PRÉVOST, C. A. WOODILL, McRAE & WALKER,

342 Princeps Ave.

710 St-Hubert.

Roy Building.

Ashdown Block.





Chapeau en satin gris pâle, avec "facing" en velours noir. Une guirlande, en marabout et roses entoure la calotte.

sieurs de ces catégories d'obligations donnent à leur possesseur le droit d'en demander l'échange, pendant une période qui atteint parfois jusqu'à dix années, contre des actions de la compagnie à un cours fixé d'avance. Enfin, certaines entreprises, voyant qu'elles ne pouvaient placer ni actions ni obligations à long terme, contractèrent une dette flottante au moyen de l'émission de bons à courte échéance, que les Américains désignent du nom de notes, et qui sont, en général, remboursables à un, deux ou trois ans de date.

"Ces divers appels à l'épargne ne trouvant qu'un écho insuffisant dans le pays, on s'adressa aux marchés européens, que l'on trouva peu disposés à souscrire à ces diverses émissions. La difficulté de les placer forçait naturellement les emprunteurs à élever constamment le taux de l'intérêt qu'ils s'engageaient à servir: c'est ainsi que des obligations des meilleures lignes restèrent sur les bras des Syndicats qui les avaient prises ferme et ne réussaient plus à les repasser au public: aussi le cours en baissa-t-il de façon

notable, entraînant les actions et forçant les Compagnies à placer leur signature à des taux inconnus depuis longtemps sur le marché des capitaux. Le programme des travaux à accomplir, des doubléments de voie, des remplacements de rails, des agrandissements de gares, des commandes de matériel, dressé entre autres par le célèbre Hill, président du Great Northern, un des plus éminents railroadmen (hommes de chemins de fer) de l'Amérique, inquiéta au plus haut degré le monde des affaires, qui commençait à se rendre compte de l'écart grandissant entre l'épargne annuelle du monde et les appels qui lui étaient adressés.

"M. Paul Leroy-Beaulieu, avec sa sagacité ordinaire, a fait remarquer que ces appels pour 1907 s'élevaient à un total de 16 milliards de francs, alors que les économies des peuples civilisés ne dépassent guère en ce moment 12 milliards par an, c'est-à-dire les trois quarts seulement de la somme demandée. Cette disproportion devait fatalement avoir pour résultat un arrêt dans le développement des affaires. Cet arrêt ne s'est pas produit immédiate-

ment, parce que l'échafaudage du crédit permit de masquer pendant un certain temps la situation. Les Sociétés qui avaient besoin de capitaux purent se faire ouvrir des comptes de banque dans le pays et surtout à l'étranger, de façon à se procurer des ressources par les négociations d'effets à deux ou trois mois d'échéance. Mais les banquiers qui avaient accepté ces traites ne consentirent pas à les renouveler en présence surtout des restrictions mises par la Banque de France, et la Banque d'Angleterre à l'escompte de ce genre de papier. Dès lors, il fallut se rendre à l'évidence: réduire le programme des travaux, diminuer ou supprimer les commandes faites à l'industrie, licencier dans certains cas une partie du personnel. Le contre-coup de cette situation des chemins de fer se fit sentir dans les usines, encore très occupées en vertu d'ordres antérieurs, mais qui voyaient leurs carnets se remplir beaucoup moins vite qu'au cours des deux années précédentes. D'autre part, le renchérissement incessant des capitaux, plus marqué aux Etats-Unis qu'en Europe, ralentissait tou-

EDIFICE IMPERIAL BANK



Walter H. Barry & Co.



LA MAISON DES RUBANS DU CANADA,

MONTREAL

Montréal, le 15 janvier 1909.

Monsieur,

*Nous désirons faire connaître à nos amis de la province de Québec que nous n'avons jamais été aussi bien préparés pour la vente des **RUBANS** à des prix corrects, que nous le serons pendant la saison prochaine. Nous tenons un assortiment très varié de toutes les différentes largeurs et de toutes les couleurs principales. Nous aimerions que vous nous écriviez ou que vous veniez visiter notre magasin. Cela, nous en sommes sûrs, serait également avantageux pour vous et pour nous.*

Vos dévoués,

WALTER H. BARRY & CO.



Chapeau en bengaline taupe avec une garniture de plumes en colorations blanche et naturelle.

Modèle de Jas. McCreery & Co., New-York

tes les activités: la construction, en particulier, s'arrêtait dans bien des cas en présence des conditions onéreuses imposées aux emprunteurs sur hypothèques.

«Voilà quelques-uns des symptômes avant-coureurs qui se manifestaient: d'autres s'y ajoutaient qui n'étaient pas moins significatifs et dont l'un mérite d'être décrit avec quelques détails: il s'agit d'un métal, le cuivre, qui paraît prédestiné à jouer un rôle considérable dans les crises modernes. La production du métal rouge a rapidement progressé: de 400,000 tonnes, il y a une quinzaine d'années, elle s'est élevée à près de 800,000, c'est-à-dire le double. La consommation a suivi une marche tout aussi rapide, grâce aux applications de l'électricité, aux constructions de navires, aux armements de toute sorte qui, en dépit des conférences de la Haye, ne se ralentissent pas. Il a paru un instant à un certain nombre de spéculateurs, et même à des industriels sérieux, que les mines connues et exploitées pouvaient à peine suffire aux besoins de cuivre, et que les cours avaient plus de raison de hausser que de fléchir. Bien

que le prix moyen de la tonne pour les dix dernières années ne dépasse guère 1,600 francs on ne s'étonne pas de voir ce prix monter au printemps 1907 jusqu'à près de 2,800 francs, et il ne manqua pas de prophètes pour en annoncer le maintien à ce niveau pendant une longue période. La fragilité de leurs affirmations ne tarda pas cependant à apparaître: sans motif apparent, le recul se produisit. On annonçait de divers côtés que les demandes se ralentissaient, que les gros consommateurs, comme la Société Générale Américaine d'Electricité, ne s'approvisionnaient pas et vivaient au jour le jour en achetant strictement ce qui leur était indispensable pour leur travail quotidien. La baisse, d'abord lente, prit bientôt une allure foudroyante: en octobre 1907, le prix du cuivre était la moitié de ce qu'il avait été au mois d'avril précédent. La chute du métal entraînait celle de toutes les actions de mines de cuivre et des Sociétés intéressées dans ce genre d'affaires....

«A côté de ces entreprises sérieuses, existant depuis longtemps, il s'en était, à la

faveur de la hausse, formé d'autres. La United Copper Company, créée pour réunir un certain nombre de propriétés cuprifères du Montana, avait été constituée au capital de 80 millions de dollars: elle ne publiait, selon la mode américaine, que des bilans sommaires dans lesquels il était impossible de trouver les éléments d'une évaluation sérieuse de l'actif social. Néanmoins, grâce à l'engouement général, le cours des actions privilégiées avait pu un moment atteindre le pair et celui des actions ordinaires, environ 75 pour 100, lorsque soudain, au mois d'octobre 1907, des offres de ces titres se produisirent sur le marché de New-York, sans y trouver de contre-parties, c'est-à-dire d'acheteurs. En peu de jours, les actions privilégiées furent précipitées à 25 et les actions ordinaires à 10 dollars.

En même temps, le bruit se répandait qu'une société financière importante, l'une des plus anciennes, la Knickerbocker Trust Company, avait fait des avances considérables sur des actions de la United Copper Company, que les emprunteurs se trouvaient dans l'impossibilité de




1908

a été la plus grande
année dans l'histoire de
la manufacture Stanfields. . .
Nous avons fait plus de Sous-Vê-
tements—nous avons vendu plus de Sous-
Vêtements—nous avons fourni plus de mar-
chands—que jamais auparavant. Mais 1909 promet
entièrement de battre tous les records antérieurs des

**SOUS-VÊTEMENTS
IRRETRECISSEBLES
DE STANFIELD**

Nous reconnaissons avec joie notre dette envers les
marchands pour leur loyauté et leur appui
Nous avons le plaisir de dire que nous
sommes mieux à même de les servir
que jamais auparavant. A eux
à tous nous souhaitons une
heureuse et prospère
année en . . .

1909



STANFIELDS LIMITED, - TRURO, N. E.

Sous-Vêtements "Fashion"

S'ajustent comme une seconde peau.

CE SONT LES

Sous-Vêtements pour Dames et Enfants

qui se vendent le plus facile-
ment au Canada aujourd'hui.

FAITS CONSCIENCIEUSEMENT !

Aucun Détaillant connaissant les **Sous-Vêtements "Fashion"**
ne s'intéresse à d'autres marques.

VENDUS UNIQUEMENT PAR

Les Principaux Marchands de Nouveautés en Gros.

Demandez-les et n'en prenez pas d'autres soi-disant tout aussi bons.

Une Question de Service.

Il y a beaucoup de choses pour lesquelles un marchand détaillant doit dépendre de son marchand en gros. Pour cette raison, il ne peut pas se permettre de manquer de soin dans le choix de la maison avec laquelle il fait affaires. La première mesure à prendre par le détaillant pour réussir dans son commerce est de faire ses achats dans une maison de gros qu'il sait être outillée, grâce à sa longue existence et à la confiance qu'on peut avoir en elle, pour lui donner le service dont il a besoin.

Une maison qui a subi une épreuve de 59 ans, qui est encore aussi active et agressive qu'elle l'a jamais été., qui a établi et maintenu pendant toutes ces années un record de fidélité sans défaillance aux intérêts de ses clients, est évidemment une maison avec laquelle on peut traiter en toute sécurité. Si le service est à considérer, alors il existe une maison de marchandises sèches en gros qui est équipée d'une manière supérieure pour obtenir la clientèle des détaillants qui apprécient cette qualité.

Cette Maison Unique

est celle de John Macdonald & Co., Limited, Toronto. C'est la seule maison possédant les avantages d'une connaissance acquise par des années d'achat et exerçant cette connaissance pour le bénéfice de ses patrons. S'il se présente une question concernant l'avantage temporaire de la maison ou les intérêts du client, le client est toujours l'objet de la première considération. C'est peut-être une des raisons du développement continu du volume des affaires et du prestige croissant de John Macdonald & Co., Limited. Les années d'expérience accumulée font que cette firme est aujourd'hui plus à même que jamais auparavant de vous servir. La plupart des marchands Canadiens de marchandises sèches savent cela ; un petit nombre ne le sait pas. Si vous êtes dans ce petit nombre, il y a quelque chose, dans la manière dont une maison de gros agit vis-à-vis de ses clients, que vous n'avez pas appris. Cette manière est celle de John Macdonald & Co. Voulez-vous nous donner une occasion de vous le démontrer ?

REPRESENTANTS DANS LA PROVINCE DE QUEBEC:

M. J. O. TREMPE, 207, rue St-Jacques, Montréal.

M. D. FONTAINE, 77, rue Church, St-Roch, Québec.

M. J. H. CARSON. (Cowansville), Cowansville.



Chapeau en bengaline blanche; passe revêtue en dessous de velours noir. Un groupe de trois plumes et une bride en ruban ornent ce chapeau.

rembourser: d'où embarras extrême pour la première société. Les clients de celle-ci se précipitent alors en foule aux guichets et réclament tous à la fois la restitution de leurs dépôts, dont le total n'est pas inférieur à 67 millions de dollars. Il n'est pas inutile de rappeler ici que ces compagnies dites de trust tiennent une place importante dans la vie financière américaine. Elles n'ont d'ailleurs que le nom de commun avec les grands trusts industriels, tels que ceux du pétrole, du sucre, du tabac, qui ont pour objet la monopolisation totale ou partielle de la production et du commerce d'une marchandise déterminée. Les Trust Companies, dont nous parlons, sont des banques qui ont pour mission de recevoir les capitaux en dépôt et aussi de gérer la fortune de particuliers qui la leur confient à cet effet, soit pour eux, soit pour leurs descendants. Elles disposent souvent de sommes considérables et ont besoin de directeurs à la fois honnêtes et capables, pour bien employer leurs ressources, faites presque exclusivement du patrimoine d'autrui. Elles sont naturellement l'objet de

solicitations constantes de la part de toutes les compagnies qui ont besoin d'argent: elles sont une proie tentante pour les lanceurs d'affaires qui, lorsqu'ils ont réussi à se rendre maîtres d'une Trust Company, se servent de ses ressources au profit des entreprises patronnées par eux. C'est ainsi que le groupe de la United Copper avait réussi à mettre la main sur plusieurs établissements de ce genre. A côté des Trust companies existent des Banques particulières qui ne se distinguent pas essentiellement de celles des autres pays: des banques d'épargne dont le titre indique l'objet (savings-banks): des banques constituées sur les divers points du territoire en vertu de la législation des Etats particuliers (state banks) et enfin des banques dites nationales (national banks) qui sont organisées conformément aux lois fédérales. Ces dernières, aujourd'hui au nombre de 6,000 jouent un rôle particulièrement important, parce qu'elles ont le droit d'émettre des billets gagés par des rentes fédérales qu'elles sont tenues de déposer à Washington en garantie; elles sont étroitement

surveillées; un fonctionnaire fédéral, le contrôleur de la circulation, les soumet à des inspections et vérifications constantes, réunit leurs rapports, veille à l'exécution stricte des statuts et de la loi.

"L'ensemble de ces cinq catégories d'établissements atteint le chiffre de 22,000 environ, et celui des dépôts du public qu'ils ont entre les mains ne s'élève pas à moins de 60 milliards de francs environ. Point n'est besoin d'insister sur l'énormité de cette somme pour comprendre que tout ce qui touche le crédit des banques aux Etats-Unis est d'une importance vitale pour le pays. C'est une partie notable de sa fortune, le dixième environ, qu'il a ainsi remise à des dépositaires, dans la fidélité et la solidité desquels il est nécessaire qu'il ait une foi absolue. Dès lors, on juge l'émoi que dut causer le fait que l'un d'eux, et non des moindres, était soupçonné. Le monde financier ne s'y méprit point. Les chefs des premières maisons, les directeurs des banques nationales les plus importantes se réunirent en hâte et siégèrent pour ainsi dire en permanence; à maintes reprises, ils

convoquèrent les présidents d'un grand nombre d'établissements pour conférer avec eux et le secrétaire d'Etat du Trésor, accouru de Washington dans la métropole commerciale et prêt à mettre les ressources de la Confédération au service de la communauté financière ébranlée dans ses fondements. Le péril, en effet, était grand.

Les demandes de remboursements adressées à la Knickerbocker Trust ne pouvaient pas rester isolées. Elles s'étendirent d'abord à d'autres banques appartenant au même groupe, puis à l'ensemble de ces établissements aux Etats-Unis, dans des proportions très variables, mais avec une soudaineté telle que de San Francisco à New-York, de Chicago à la Nouvelle Orléans, la gravité de la situation apparut à tous les yeux. Les Banques, comprenant qu'il fallait à tout prix rassurer le public, en lui démontrant que ses dépôts ne couraient aucun risque, s'efforcèrent de secourir celles qui étaient le plus menacées. Une première avance de 50 millions de francs fut consentie au Knickerbocker Trust, dans l'espoir que ce montant suffirait, mais il n'en fut rien et l'établissement dut fermer ses portes; il parait d'ailleurs probable que les déposants ne subirent aucune perte et recevront peu à peu l'intégralité de leurs créances.

D'autres Banques, assaillies également de demandes de remboursement, firent tête à l'orage; la Trust Company of America a remboursé 200 millions, la Lincoln Trust Company 75 millions de francs de dépôts. Toutes s'occupèrent avec une énergie extrême de réunir le plus de ressources liquides possible pour répondre aux exigences de leur clientèle, terrorisée par les nouvelles répandues à profusion dans la presse et la vue des files interminables de personnes de tout âge et de toute condition stationnant nuit et jour à la porte des Banques pour arriver plus vite aux guichets du caissier. On ne raisonnait plus. Les banques d'épargne durent, dans beaucoup de cas, user des délais qu'elles sont autorisées à fixer à leurs clients pour les rembourser. On s'efforça de réunir le plus de numéraire possible; le secrétaire d'Etat au Trésor répartit entre les banques nationales comme la loi l'autorise à le faire, la presque totalité des fonds disponibles de la Confédération, qui dépassaient alors de beaucoup un milliard de francs; des appels pressants furent adressés à l'Europe, à l'Angleterre et à la France en particulier, pour obtenir des envois d'or. La prime qui s'établit à New-York sur le métal facilita ces opérations, qui prirent un développement extraordinaire, au point que près de 400 millions de francs de métal jaune passèrent l'Atlantique en peu de semaines. Il en vint également de la République Argentine et de l'Afrique du

Sud, si bien qu'on évalua à 625 millions de francs le chiffre des importations d'or aux Etats-Unis au cours de l'automne 1907. Les exportations de céréales et de coton qui atteignent ordinairement, en cette saison, leur apogée, parurent un moment ralenties par la difficulté d'expédier à l'intérieur le numéraire nécessaire pour payer les producteurs et enlever les récoltes. Mais cette gêne ne fut que passagère, et ces marchandises vinrent bientôt fournir à l'Europe la contre-valeur des espèces dont elle se dessaisissait. En même temps les achats des Américains dans l'Ancien Monde ont diminué au cours de la crise, de sorte que la balance commerciale leur permet pour l'instant de conserver sans difficulté le métal qui leur a été expédié.

Il faut voir quelle sera la situation de l'industrie et du commerce en 1908. Les effets inévitables de la secousse se sont déjà fait sentir. Comme cela est naturel, les industries de luxe ont souffert en premier. Les acheteurs de diamants, de perles ont suspendu leurs commandes et cherché à résilier une partie de celles qui étaient déjà faites. Beaucoup d'autres transactions ont été retardées ou ralenties. Les usines ont renvoyé des ouvriers par dizaine de mille. Les ports de l'Atlantique étaient encombrés de travailleurs européens qui regagnèrent leur mère-patrie. Plusieurs mines de cuivre ont arrêté leurs travaux dans une proportion qui représentait pour l'année entière une diminution de production de 150,000 tonnes. Tel est en effet le caractère américain, il n'hésite pas devant une mesure radicale, et cette énergie même dans l'adaptation de l'effort à une situation nouvelle permet d'espérer que la maladie se guérira aussi rapidement qu'elle a éclaté.

Mais si nous devons nous attendre à voir pour quelque temps les importations diminuer aux Etats-Unis, il n'est pas probable qu'il en soit de même pour les exportations. Les récoltes de 1907-08 ont été belles; la partie qui en sera expédiée au dehors augmentera les soldes créditeurs de l'Amérique en Europe et lui permettra de garder l'or qui, sous l'influence des demandes dont nous avons expliqué l'origine, afflue à cette heure chez elle. La richesse agricole du pays est énorme, et si le spéculateur de Wall street a cruellement souffert, le fermier de l'Ouest, du centre, du Sud, est en meilleure situation que jamais: les chiffres des dépôts dans les Banques d'un grand nombre d'Etats l'attestent.

Jusqu'ici, M. Levy nous fait voir qu'au cours de 1906, la prospérité américaine atteignit un degré extraordinaire et nous donne tous les détails se rattachant à cette grande prospérité. Il démontre en même temps les conséquences de cette marche trop rapide pour le capital disponible. Sans rentrer de nouveau dans

ces détails, je dois dire ici que malgré que nous n'ayons pas marché aussi vite que les Américains, la position du Canada était presque analogue à celle des Etats-Unis en 1906. Nous avons eu ici aussi une année de prospérité extraordinaire, suivie heureusement de conséquences moins sérieuses mais assez mauvaises encore pour faire réfléchir bon nombre de nos financiers et de nos hommes d'affaires.

La crise a d'ailleurs pour effet de permettre à un grand nombre d'entreprises qui avaient dû, sous l'influence de demandes impérieuses, de forcer leur production, de se recueillir en quelque sorte et d'apporter à leurs installations une méthode et des perfectionnements dont elles avaient besoin. C'est une erreur de croire que l'industrie américaine travaille à bon marché, en dépit de l'emploi qui y est si développé des machines-outils, elle ne lutterait pas avantageusement, dans bien des cas, avec ses concurrents européens ou asiatiques, si elle n'était protégée par le rempart de son tarif. Elle paye des salaires excessifs, dont les ouvriers ne tirent pas tout le bénéfice possible, à cause de la cherté de la vie, mal organisée dans beaucoup de détails, de leur prodigalité, et surtout du manque d'esprit d'économie chez la femme, qu'il s'agisse de l'ouvrière ou de l'habitante de l'aristocratique Cinqième avenue à New-York. A propos de la femme américaine, voici ce qu'écrivait dernièrement un auteur canadien:

"Le luxe et l'oisiveté caractérisent la vie de l'Américaine riche. Pour des raisons particulières, dont on ne peut la rendre responsable, elle s'est débarrassée de différents travaux qui autrefois occupaient d'une façon bienfaisante, ses heures de loisir. Ainsi la préparation des aliments et la confection des vêtements ne la regardent plus. La femme pauvre, qui doit gagner son existence hors du foyer est soumise aux mêmes lois. Tout cela contribue à la destruction de la famille. Il est reconnu que le but que cherche à atteindre l'Américaine, c'est de vivre dans l'oisiveté. Lorsqu'elle est riche, le but est atteint. Lorsqu'elle est pauvre, elle consacre son énergie à la réalisation de ce rêve, afin de s'y ensevelir le plus tôt possible." Nous avons bien de ces femmes ici, mais heureusement le nombre en est restreint.

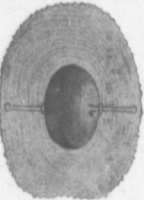
Il y a longtemps que les moralistes américains ont déploré le gaspillage qui sévit dans les moindres ménages. Si la restriction actuelle pouvait avoir pour effet de corriger les moeurs sous ce rapport, elle rendrait un immense service au pays. Elle parait devoir lui en rendre un autre en passant au cribe un grand nombre d'hommes et d'organismes qui avaient vraiment besoin de cette épreuve pour se reconnaître, dégager de l'espèce de verti-

L'Épingle à Chapeaux

Alice



La figure ci-dessus montre la position exacte des épingles croisées lorsque le chapeau est ajusté sur la tête.



La figure ci-dessus montre la position exacte des épingles quand on met le chapeau. . .



EST indispensable pour tenir le chapeau solidement en place et en conserver l'apparence ; plus de vilains trous d'épingles qui déparent les plus beaux chapeaux. Elle peut être employée avec les chapeaux de tissus les plus délicats comme avec les plus lourds.

L'employer une fois, c'est l'employer toujours. . .

Fabriquées en or et argent plaqués, et oxydés.

En vente chez Greenshields Limited ; J. B. Caverhill & Co. ;
Debenhams (Canada) Limited et J. M. Orkin & Co.

Mme G. L. Jassé. *Seul Agent pour le Canada.*

ge auquel cette puissante communauté se laissait entraîner.

Ici encore, nous sommes forcés de nous reconnaître, nous voyons des maux américains qui, malheureusement, existent en grand nombre au Canada.

Corrigeons-nous avant qu'il soit trop tard et essayons aussi de corriger nos femmes et nos enfants, du moins ceux qui en ont besoin.

Le récit succinct que nous venons de faire des événements qui se sont déroulés aux États-Unis, au cours des dramatiques semaines d'octobre et de novembre 1907, en montre la gravité. Ce serait une grave erreur de croire, comme l'ont déjà trop répété ceux qui ne voient que la surface des choses, que la crise n'est qu'une crise monétaire, due à une insuffisance de moyens de circulation et de paiement et à un mauvais système de banque. A coup sûr, celui-ci est défectueux. Quant à notre propre système de banque, malgré qu'il ait été critiqué par certains députés au parlement fédéral, je ne crois pas que nous ayons à nous en plaindre et nous en avons eu la preuve depuis le commencement de la crise.

Je pourrais cependant ajouter que Lord Milner a donné "un bon conseil", à une récente conférence, aux membres et aux invités du Board of Trade, quand il a recommandé aux manufacturiers canadiens de ne pas être trop agressifs. Il aurait pu donner le même conseil à certains banquiers du pays et ça n'aurait pas été un mal.

En recherchant plus profondément les causes véritables de la tourmente, on trouve que la crise américaine a eu quatre ordres de causes distinctes les unes des autres. La première est une cause générale, commune à tous les pays ou du moins à l'ensemble des nations industrielles et commerciales, c'est l'oscillation régulière qui, après une période de développement "excessif" et "d'inflation des prix", ramène le calme dans les affaires, remet au point les entreprises, consolide les bonnes et fait disparaître celles qui ne sont pas établies sur des bases saines, ou les force à se réorganiser. La baisse qui a précipité les cours de métaux, cette matière première indispensable à la plupart des industries, n'a pas été limitée aux États-Unis et s'est produite à la même heure dans le monde entier. La cherté des capitaux disponibles, autre signe caractéristique des crises, ne s'est pas non plus limitée aux places américaines. Il y a aujourd'hui des liens trop intimes, trop d'intérêts communs entre les divers marchés financiers, pour que les taux d'escompte et d'avances qui se pratiquent sur l'un d'eux n'aient pas leur répercussion sur les autres.

Ici, toutefois, le nivellement est loin d'être aussi prompt et aussi complet que pour les marchandises. Nous avons vu

pendant des semaines le loyer des capitaux attendre à New York, des hauteurs formidables, presque inconnues dans l'histoire moderne, sans que la place de Paris connut rien de semblable, les reports c'est-à-dire les avances consenties sur valeurs mobilières qui se négocient à la Bourse, n'ont jamais dépassé 5 à 6 pour 100 en France, au cours de l'automne 1907, alors qu'à Wall street ils côtoient 50, 60, 70 pour 100. L'escompte du papier de commerce, qui n'a pas dépassé 4 pour 100 en France était souvent difficile à 12 pour 100 aux États-Unis.

Nous constatons ainsi une différence notable de situation entre l'Amérique et l'Europe, et nous sommes amenés à dégager la première des causes de la crise qui lui sont spéciales. L'abus de l'inflation qui a sévi chez elle avec fureur, par inflation, nous entendons la création d'entreprises nombreuses dont le capital nominal ne correspondait pas à la valeur réelle, soit qu'il s'agît d'une nouvelle industrie dont on émettait les actions en nombre excessif, soit que, par une de ces combinaisons chères aux Yankees, un certain nombre d'usines, de fabriques, de maisons de commerce, d'entreprises de transport fussent réunies en une seule compagnie, et que le capital de cette dernière fut fixé à un chiffre dépassant de beaucoup l'addition des capitaux de chacune des sociétés que l'on réunissait. Nous avons déjà assez et même trop, au Canada, de ces compagnies. Il était inévitable qu'à un moment donné, ces échafaudages fragiles s'écroulassent: c'est ce qui n'a pas manqué de se produire. La chute a été encore plus violente et dangereuse quand l'exagération des espérances s'est doublée d'une véritable malhonnêteté: nombreux sont les cas où des hommes sans scrupule ont profité de l'engouement du public pour majorer d'une façon scandaleuse les capitaux des entreprises qu'ils patronnaient plus ou moins ouvertement. Il y a eu de ce chef, sur les marchés américains de véritables écroulements, tout à fait différents dans leurs origines et leur allure, de la baisse en quelque sorte normale qui en temps de crise, atteint, sur tous les marchés financiers, la plupart des titres et, en particulier, les actions de Sociétés Industrielles et minières. Imprudence poussée à un degré inconnu de l'ancien monde, immoralité dans quelques cas retentissants, sont deux causes qui ont aggravé dans une mesure extraordinaire la situation en Amérique.—Nous avons ici à faire un petit examen de conscience. Heureusement nous ne sommes pas encore rendus à cette pente dangereuse, mais nous nous y rendons à petits pas. Il nous faut nécessairement fuir ceux qui essaient de nous y conduire. Soyons prudents et pardessus tout soyons honnêtes.—

Un quatrième facteur, et non le moins

à été la politique. Le président Roosevelt a déclaré la guerre à la ploutocratie de son pays. Nous ne voulons pas rechercher dans quelle mesure l'attitude qu'il a prise est justifiée par les agissements coupables que nous venons de signaler. Il nous serait aisé de démontrer que ceux-ci ne constitueraient après tout que des exceptions et qu'aux États-Unis, la majorité des banques et des entreprises commerciales et industrielles est bien et honnêtement gérée. Peut-être nous répondrait-on que de certains côtés le mal était si profond que le seul moyen de le guérir était de l'attaquer avec une violence extrême, que d'ailleurs M. Roosevelt a eu soin de déclarer à maintes reprises qu'il ne combattait que la fortune mal acquise et qu'il promettait justice au riche comme au pauvre. Nous ne nous occupons ici que de rechercher l'effet produit par sa politique. Elle a évidemment indisposé ceux que l'on appelle les magnats, mais elle a eu des contre-coups bien plus étendus que ne le prévoyait le président. Aussi a-t-il dû reconnaître le terrible danger auquel il exposait son pays en ébranlant les fondements mêmes du crédit.

Comment s'attaquer impunément à ces chemins de fer qui ont fait les États-Unis en les dotant d'un réseau incomparable et leur ont permis, en moins d'un demi-siècle de mettre en valeur les richesses agricoles et minières du territoire peut-être le plus favorisé du monde au double point de vue du sol et du sous-sol? Comment menacer dans leur existence ces vastes organismes industriels qui font vivre des millions d'ouvriers? Comment jeter le doute dans l'esprit de tous les habitants des quarante-huit États habitués à confier leurs économies et leurs fonds de roulement aux banques, sur la solvabilité d'établissements auxquels ils ont remis 60 milliards de francs de dépôts? L'indomptable colonel des chevaux-légers (rough riders) a dû reculer devant l'orage qu'il avait déchaîné. Il a dû, sinon appeler à son aide, du moins encourager par son silence, d'abord, par une approbation expresse, ensuite, les financiers éminents, qui se sont constitués en Comité de Salut public à New-York, et qui, nuit et jour, sous la direction du plus éminent d'entre eux, M. Pierpont Morgan, ont été sur la brèche pour soutenir les uns et les autres, pour accumuler les moyens de trésorerie, pour importer d'Europe tout l'or que Paris, Londres, Berlin, Pétersbourg voulaient bien céder, pour donner en un mot l'aide de leurs capitaux et de leur expérience à tous ceux qui en avaient besoin.

Au plus fort de la tourmente, à l'heure où la situation semblait presque désespérée, la corporation de l'acier, l'un des plus gigantesques trusts des États-Unis, a acheté pour plus de 100 millions de francs,

La Chemise 1909

Serge Noire Dos Duvete (Fleece)

Extra Grande

Double Piqûre



Empiècement Plein et Poche

Toute Maison de Gros Peut Fournir Cette

Chemise à \$9.⁰⁰ la douzaine

Cette Chemise est faite d'un tissu teint et fini
Noir, garanti indélébile.

THE CANADIAN CONVERTERS COMPANY, LTD.
MONTREAL

une entreprise rivale, le Tennessee Coal and Iron, dont les titres pesaient lourdement sur le marché, et ainsi fortifié sa prépondérance, cette opération était tellement nécessaire que le président Roosevelt n'a pu élever la moindre objection contre elle, bien que l'agrandissement d'un trust semble évidemment contraire à sa politique. Il a dû adjoindre le public d'avoir confiance dans les financiers, de reverser aux Banques l'argent qu'il en avait retiré, il s'est porté garant en quelque sorte de la solvabilité de ces établissements. Pour faire rentrer dans les caisses de ceux-ci les dépôts que la panique leur avait enlevés, il a dû autoriser son ministre des Finances à procéder à des émissions de bons du Trésor, et cela bien que la Confédération elle-même n'eût aucun besoin de ressources et regorgeât au contraire de milliards, mais ces milliards sont par elle remis aux banques, et pour en obtenir davantage encore, elle donne sa signature en gage aux acheteurs qui se dessaisissent de leur or et de leurs billets en échange d'une obligation fédérale.

Voilà donc à quoi la crise aboutit. Le président, parti en guerre contre des abus évidents, n'a pas mesuré la portée de ses armes et a dû se hâter de guérir par tous les moyens dont il disposait, les blessures qu'il avait faites. Quels seront les événements de demain? Quelles améliorations seront apportées à la législation des Banques? Les chemins de fer seront-ils soustraits à la législation des Etats particuliers pour dépendre davantage de la Confédération? Des limites seront-elles posées à l'extension des grandes combinaisons industrielles? Un avenir prochain nous le dira. Mais les événements auxquels nous venons d'assister suffisent pour nous permettre d'en tirer des leçons bien instructives.

La France, calme pendant l'orage comme elle l'avait été dans l'excitation et la fièvre de la prospérité, a vu son commerce et son industrie suivre un cours normal. Ses marchés financiers n'ont pu rester tout à fait insensibles à la tempête, mais celle-ci n'a entamé en rien la solidité de son organisme, les capitaux n'ont pas cessé d'être abondants et l'escompte commercial de se pratiquer à des taux extrêmement modérés.

Aucune des banques françaises n'a vu mettre en doute sa solvabilité; aucune entreprise industrielle n'a dû arrêter sa marche. La Banque de France, non seulement a continué à donner au commerce national toutes les ressources dont il a besoin, mais elle a pu envoyer de l'or à Londres et de là en Amérique: c'est vers elle que se sont tournés tous les yeux, c'est d'elle que l'on attend aide et secours....

Comment ne pas être frappé du spectacle que donne notre mère-patrie en face

de l'ébranlement des autres marchés, et comment ne pas reconnaître que sa force vient de l'esprit de travail et d'épargne de ses habitants? C'est parce que chaque jour la grande majorité des Français, et la plupart d'entre eux merveilleusement secondés par leurs admirables compagnes, s'attellent à leur tâche quotidienne en s'efforçant de la bien remplir et de gagner un peu plus qu'ils ne dépensent, qu'elle a pu constituer les réserves de numéraire et de capital qui sont si précieuses à l'heure du danger. Un système financier avec lequel de pareils résultats ont été obtenus doit avoir de singuliers mérites. Il y a peu de temps, des Chambres de commerce anglaises invitaient le gouvernement britannique à étudier une transformation de la Banque d'Angleterre et à en rapprocher l'organisation de celle de la Banque de France. Pour qui connaît l'esprit de tradition et de particularisme, une pareille démarche a une signification et une portée sur lesquelles il est inutile d'insister.

Pour terminer, M. A. H. Hardy fait appel aux Canadiens-français dont un grand nombre ont conservé l'esprit d'épargne et de travail constaté chez les Français. N'est-ce pas d'ailleurs la Province de Québec — qu'en certains milieux on dit arriérée — qui, de toutes les provinces du Dominion, a le mieux traversé la période de dépression des affaires? Il est vrai que nos marchands-détailliers sont gens sages et prudents, ayant à cœur de gagner honorablement leur vie et celle des leurs. Il leur conseille de s'unir en vue des luttes futures, car avec le développement de Montréal, il faudra se défendre contre les grosses corporations qui cherchent de plus en plus à accaparer le commerce.

La prudence dans les achats, l'économie dans l'administration du magasin, le concours de la femme ou d'un membre de la famille dans les affaires sont des gages de succès.

Pour terminer, dit M. Hardy, permettez-moi d'offrir mes sincères remerciements au président de la section des nouveautés, M. Bolvin et notre secrétaire-général, M. Beaudry, pour m'avoir donné l'occasion de vous rencontrer, de vous connaître plus intimement. Je vous remercie tous pour votre bienveillante attention et je souhaite que nos marchions sur les traces de nos ancêtres qui ont fait la France ce qu'elle est aujourd'hui au point de vue matériel et je souhaite aussi que la force de notre beau pays, surtout de notre bonne province de Québec, comme celle de la France, vienne de l'esprit de travail et d'épargne de ses habitants.

A.-H. Hardy.

5 novembre 1908.

Une bonne annonce vend des marchandises aujourd'hui et vous fait une bonne réputation pour demain.

L'ART DE DIRIGER LES HOMMES

Il arrive souvent que les hommes d'affaires ne réussissent pas, parce qu'ils ne savent pas diriger les hommes. Ils peuvent faire leur propre travail, mais ils échouent quand il s'agit de conduire les autres. Ils manquent de tact et de diplomatie.

Beaucoup d'hommes agissent en opposition avec le travail des autres; ils manquent de patience, se fâchent et s'emportent pour peu de chose. Celui qui ne peut pas se contrôler n'est pas un bon chef.

Beaucoup d'hommes d'affaires semblent penser qu'il faut réprimander continuellement, trouver les gens en défaut, pour obtenir le meilleur travail. C'est absolument le contraire qui est vrai. Les employés ne font jamais de leur mieux quand on emploie vis-à-vis d'eux des méthodes semblables.

Je connais un jeune homme, dit un écrivain dans "New England Grocer and Tradesman" qui promet d'être un leader dans sa partie, qui est aussi calme et aussi courtois dans ses manières qu'une femme modeste.

Il n'élève jamais la voix, ne se fâche jamais. Quand un employé a besoin d'être conseillé, au lieu de tempêter, de le réprimander, il s'assied auprès de cet employé et lui montre comment il faut faire. Il s'efforce d'aider ses employés et non de les remplir de confusion. Il n'a pas besoin de réprimander, parce que tout le monde le respecte, l'admire et sait qu'il essaie toujours d'agir avec justice, avec loyauté, qu'il ne désire que ce qui est juste et qu'il n'y a rien d'arbitraire dans ses méthodes.

Il en résulte qu'une discipline parfaite existe dans son établissement. Personne ne penserait à abuser de lui ou à essayer de le tromper, parce qu'il est si bon, si juste et si franc.

Je connais une autre homme qui a adopté la méthode contraire. Il tempête, jure, réprimande, traverse son établissement comme un taureau, un magasin de porcelaine, se rendant désagréable à tout le monde. Personne ne le respecte. Il gouverne par la force, en abaissant ses employés et en se faisant craindre d'eux. Ils lui obéissent et s'en laissent imposer par lui afin d'éviter une scène, ou de crainte de perdre leur place. Si un garçon de bureau ou un sténographe fait la moindre erreur, cet homme entre dans une colère épouvantable, et tous ceux qui sont près de lui se sentent mal à l'aise.

Les personnes qui attendent en dehors du bureau entendent souvent des paroles véhémentes et un langage des plus insultants dans le bureau particulier. Ce commerçant ne réussit pas aussi bien que son voisin au caractère calme et patient.

Il ne pense jamais à reconnaître un de ses employés dans la rue.

L'autre commerçant salue toujours la jeune fille ayant le plus humble emploi dans son établissement et a un sourire agréable pour chacun, parce qu'il s'intéresse à tous. Aussi est-il aimé de tous ses employés.

Garneau Limitée, Québec.



*Nos voyageurs sont maintenant
sur la route.*

**Nouveautés
en Étoffes à
Robes.**

Drap Peau de Gants, Voiles Pékin,
Voiles Panama, Popeline, Kogoulas,
Albatros, Bengalines, Organdis, Drap
Demi-Sédan, Mohair Fantôme, Étoffe
Khautonas, Popelinette de Fantaisie,
Mousselines Blanches, Mousselines de
Couleur, Voile Rayé, Drap Satin,
Toile à Matinées, Étoffe à Costumes
Marathon, Étoffe à Costume Motor,
Cordé Asquith, Cordé Pékin, Zéphiret-
tes Dakotan, Panama, Etc., Etc., Etc.

Les Célèbres Serges et Viennas
"SPHINX" toujours en Magasin.

Tweeds
Draps Italiens
Feutres
Corderoys
Velours
Velveteens
Rideaux
Tapis
Prélarts
Linoléums
Mercerie
Sous-
Vêtements

Salles d'échantillons { **MONTREAL :** 242, rue St-Jacques, Chambre 2.
OTTAWA : Bâtisse Ingleside, Chambres 7 et 8.

Soixantième Anniversaire de la Maison John Macdonald & Co.

Pour l'homme engagé activement dans les affaires, le commencement d'une nouvelle année n'est pas uniquement une occasion de former des plans pour l'avenir. C'est également le moment de passer en revue le temps passé et, pour une maison qui approche du soixantième anniversaire de sa fondation, un regard en

D'un magasin à un entrepôt
Le magasin était connu sous le nom de "Large Lot". Pendant la deuxième année, la vente en gros devint un trait caractéristique des affaires et en 1853, la section du détail fut abandonnée complètement. Afin de se procurer les facilités nécessaires au développement des

seulement parce qu'il décrit une période de la vie soutenue dans l'histoire de la maison, mais aussi à cause de l'allusion qu'il fait à ces périodes de dépression qui se renouvellent et dont l'univers sort momentanément.

"Cette année mémorable de 1890, première année pendant laquelle la firme



Le magasin "Large Lot", rue Yonge, Toronto, où l'hon. sénateur John Macdonald ouvrit un commerce de détail de marchandises sèches, il y a 60 ans, avec un stock de \$2,000. Le magasin fut aussi occupé par Timothy Eaton.

arrière doit être excessivement intéressant.

L'année 1839 marque le jubilé de la maison de vente en gros John Macdonald & Co. Ltd., Toronto. L'Honorable Sénateur John Macdonald fut le seul propriétaire du magasin, à l'origine, lequel magasin fut ouvert comme établissement de détail en septembre 1849, au No. 103 de la rue Yonge. Il y avait dans ce magasin un stock de marchandises courantes et de nouveautés de fantaisie s'élevant à \$2,000 environ. Les aides, dans ce magasin, n'étaient qu'un vendeur et un garçon de magasin. Les petits débutés n'ont jamais été sans précédent et parmi les maisons qui se sont développées au-delà de toute comparaison avec leur état initial, la firme John Macdonald & Co. est un exemple frappant.

affaires, la firme se transporta, cette année-là, dans un édifice situé rue Wellington Est, en face des entrepôts actuels. Ces derniers furent érigés en 1852 et, avec des agrandissements et des améliorations, ont offert l'accommodation essentielle à un progrès continu. Les entrepôts ont une surface de plancher de plus de 120,000 pieds carrés.

L'honorable sénateur John Macdonald mourut en 1890. Le président actuel de la compagnie est son fils.

John Macdonald avait été admis comme associé, près de trois ans auparavant. Il était entré dans ce grand magasin à l'âge de seize ans après avoir suivi un cours au Upper Canada College.

Le paragraphe suivant, tiré du souvenir d'il y a dix ans à l'occasion du jubilé d'or de la maison, est intéressant, non-

CHANGE OF THE SEASONS I

AND NEW, CHEAP AND
SEASONABLE DRY GOODS.

Thes showers of the Spring are but shed o'er the land,
The earth but unfettered from Winter's grim hand ;
Its breezes but felt, and its verdure but seen,
When it passes away with the Springs that have been,
Then Summer comes on with its sweet smelling flowers,
Its rich verdant fields, and its ivy-clad bowers,
Yet strange, when it yields us the greatest delight,
It mocks at our gazing, and fades from our sight,
Then Autumn succeeds, with its corn and its grain,
Its fine yellow fruit, and its rich yellow plain ;
But like Spring-time and Summer—how short is its stay ?
It drops us the sear-leaf, and passes away.
Then Winter draws nigh, and the leaves disappear,
And every green spot grows withered and drear,
And the breezes of evening are heavy and chill ;
And the snow spreads its mantle of fleece o'er the hill ;
Unlike Spring-time or Summer, or Autumn it stays
Through many bleak nights and cold frosty days,
Till we tire of its visit, and wish him away.
And long for the balmy breezes of May.

McDONALD, on Yonge Street, One Hundred and Three

Has a stock which he wishes the Public to see ;
Well suited in fabric for a cold Winter's trade
And embracing the latest designs that are made ;
There are *Flannels* and *Blankets*, in goodly supply,
Which feel thick to the hand, and look well to the eye ;
There are hundreds of *Shawls* ! some styles very rare,
The fine, heavy long, and magnificent square.
There are *Broad Cloths*, and *Dressings*, and *Cassimers*, too,
And *Lustres* and *Coburgs*, in every fine hue ;
And a fine stock of *Furs*, which, at some recent day,
Were trapped on the banks of the famed Hudson Bay,
There are fine *Cloaks* and *Bonnets*, and many things more,
That McDonald keeps always on hand, at his Store ;
He would not the rights of another invade,
While he seeks for a healthy extension of trade ;
But if fairness will answer, and bargains repay,
Then call at his Warehouse at some early day ;
He asks but a call, 'tis a modest request,
And a glance at his prices will tell all the rest.

JOHN McDONALD,

Annonce de John McDonald & Co., vieille de soixante ans.

avait un nouveau chef, me fit sentir vivement la formidable responsabilité de notre position. Nous décidâmes immédiatement de poursuivre les affaires d'après les lignes qui nous avaient été tracées et parfaitement intégrité et honneur. Cette année de 1890, bien que commencée dans la tristesse, finit dans la clarté d'un succès commercial. Les années 1891, 1892 et 1893 furent également heureuses, mais les années 1894, 1895 et 1896 furent très décourageantes. Le caractère, les aptitudes financières, la fidélité de nos employés et la confiance de nos clients permirent de faire face à la dépression des affaires qui s'étendit, pouvons-nous dire, sur l'univers entier pendant ces années-là et causa des désastres sur son passage. Au début de 1897, les nuages de la dépression com-

Cotonnades Nouveauté, Recherchées pour le Printemps.

Motor et Marathon, Ettoffes à Costumes.

Ces lignes d'indiennes sont offertes en effets nouveaux, tels que chevrons, herringbone et rayures. Partout où elles ont été offertes, elles se sont vendues. Elles se détaillent à prix populaires et procurent de gros profits.

Duck AA.

Le "Duck" AA en indigo, aniline, "butcher" claret, rouge, etc., bat tous les records de vente précédents.

La variété des patrons a été augmentée et comprend toutes les nouvelles idées en pois, motifs et traitements stéréotypés.

Le "Duck" AA est un fort article de vente dans le commerce de détail ; il est destiné aux vêtements pour l'intérieur, le dehors, aux vêtements d'enfants, en somme à tous les cas où un matériel de bonne apparence et de durée, à prix populaire, est requis.

Rock Fast Drills Canadiens.

Les noirs sont à l'aniline et indélébiles ; les blancs sont clairs et imprimés nettement.

Comme couleur et valeur, ayez soin de vous procurer les

Rock Fast Drills Canadiens.



merciale disparurent peu à peu et à mesure que l'année s'avancait, ce rayon de soleil qu'est la prospérité commençait à éclairer l'horizon du commerce. Les fermiers qui forment la richesse de notre pays firent des récoltes abondantes et leur travail leur rapporta des bénéfices satisfaisants. Les capitalistes placèrent leur argent plus abondamment. Les mécaniciens et les manouvriers se procurèrent de l'emploi avec beaucoup plus de facilité; aussi l'argent circula beaucoup plus librement dans le monde commer-

cial. Les résultats des affaires de cette année furent plus encourageants qu'ils ne l'avaient été depuis de nombreuses années."

Un des premiers magasins Eaton

Une maison représentant les magasins de gros canadiens, mais c'était aussi une de ces bâtisses dans laquelle Timothy Eaton, fondateur du grand magasin à départements, entra activement dans la vie commerciale de la cité; il occupa la bâtisse après un marchand de nouveautés nommé Jennings à qui cette bâtisse fut vendue après que la firme John MacDonald & Co. eut emménagé dans son premier entrepôt de la rue Wellington.

Un fait intéressant qui fut noté dans la revue historique publiée à l'occasion du

quinquantième anniversaire de la maison il y a dix ans, est que la firme John MacDonald & Co., est la seule qui reste de celles qui lui firent concurrence à Toronto. Comme indice de capacité du personnel, aussi bien que de l'existence d'un bel esprit de loyauté, il fut remarqué que quinze des employés sont dans la maison depuis plus de vingt ans; ceux qui sont là depuis un plus grand nombre d'années comptent trente-deux ans de service. Douze d'entre eux entrèrent dans la maison alors qu'ils étaient âgés de dix à vingt ans et quinze y entrèrent quand

Publicité unique

ils étaient âgés de cinq à dix ans. Ce record a sa signification, non-seulement en ce qui concerne le personnel, il indique aussi la stabilité de la maison et la manière dont elle apprécie les services loyaux.

Au point de vue de la publicité, le fait a plus qu'un intérêt passager. L'homme qui annonce peut se considérer comme ayant quelque chose d'un artiste, mais à cette époque, la muse était quelquefois tourmentée, et cela très habilement, pour



contribuer à la publicité commerciale. Un exemple à peu près unique de ceci et qui indique que la firme à cette époque, comme maintenant, connaissait la valeur de la publicité, est l'annonce que nous reproduisons ici de la maison John MacDonald & Co., à l'époque où la firme était établie au No. 103 de la rue Yonge.

À l'approche du soixantième anniversaire de la fondation de la maison, les félicitations sont évidemment dans l'ordre naturel des choses et "l'issus & Nouveautés" adresse ses félicitations à la maison John MacDonald & Co.

LINOLEUMS
ET
PRELARTS
CANADIENS

PRINTEMPS 1909

LINOLEUMS, PRELARTS,
TOILES CIREES POUR TABLES,
PRELARTS D'ESCALIER,
PRELARTS EMAILLES.

Dessins, Qualité et Prix

Notre assortiment
pour le printemps
est le meilleur que
nous ayons jamais
offert -- nombreux
dessins nouveaux
et originaux dans
une variété de co-
loration.

Corrects

VOYEZ
NOS
ECHANTILLONS

Echantillons
de Printemps

maintenant entre
les mains de
tous les

Marchands de
Marchandises
Seches en üros

Manufacturés par

The Dominion Oil Cloth Co., Ltd.

MONTREAL

ECONOMIQUES,
PROPRES,
A L'EPREUVE DE LA POUSSIERE.

SANITAIRES,
SE NETTOYANT FACILEMENT,
ARTISTIQUES.

**BURLAPS
DECORATIFS
PRÉPARÉS**

Huilés et à Double Encollage

Largeur : 30-36-45-54-72-90 pouces.

Longueur des rouleaux, 30 verges. Pendus à toute longueur désirée.

Nos burlaps huilés sont revêtus d'avance des couleurs formant base, et il est seulement nécessaire de leur appliquer une couche de peinture à l'huile de la teinte désirée, après qu'ils sont posés sur les murs.

Ecrivez et demandez un livre d'échantillons et une brochure donnant les prix et des renseignements utiles concernant ces burlaps.

Manufacturés par

The Dominion Oil Cloth Co., Ltd.

MONTREAL

DURABLES,
EPARGNENT LES MURS,
MAGNIFIQUES.

NE SE TASSENT PAS,
CHAUDS,
CONFORTABLES.

Le Vendeur du Corset Nazareth Dit :

"Mieux vaut tard que jamais."

¶ En nous excusant auprès de Bunyan et Mat Henry, nous suggérons— Mieux vaut se hâter parce que—

¶ Il y a une manufacture travaillant de 6.30 a.m. jusqu'à 6 p. m. et qui, quelques nuits par semaine, fait du travail supplémentaire, produisant les **Corsets Nazareth** à raison de plus de douze cents douzaines par jour.

¶ Il faut faire cela pour exécuter les ordres enregistrés d'avance.

¶ Supposez que vous ayez mis de côté dans votre livre-mémoire vos ordres pour le Printemps et que, plus tard, vous télégraphiez éperdument à votre fournisseur de vous envoyer immédiatement ces **Corsets Nazareth.**

¶ Le fera-t-il? Réponse: non. Vous devrez passer après ceux qui ont donné leurs ordres les premiers et attendre jusqu'à ce que nous arrivions au tour de votre commande.

¶ C'est affaire à vous— voulez-vous attendre ou faire preuve de sagesse?

¶ Envoyez dès maintenant vos ordres pour le printemps à votre fournisseur, et obtenez les corsets quand vous en aurez besoin.



MANUFACTURE
A
NAZARETH,
PA.

Nazareth Waist

350 Broadway,
New-York.

ACCESSOIRES DE LA TOILETTE

Voilettes et étoffes à voiles

Tout porte à croire que les ventes dans ces articles seront aussi fortes en 1909 qu'elles l'ont été en 1908 qui a été une année remarquable pour le département des voilettes et étoffes à voiles.

Les voiles à mailles de tous genres ont eu une grande demande, les Tuxados en tête. Les voiles en mailles russes ont suivi et, gagné du terrain et au début de la nouvelle saison conservent encore une faveur marquée. D'autres genres jouissent encore d'une bonne demande: L'effet chenille est loin d'être négligé, mais les patrons à pois tissés surtout dans les petits dessins, sont plus particulièrement demandés. Ces pois sont à peu près invariablement de même couleur que le tissu.

Les voilettes encadrées ont peu de demande comparativement aux voilettes à la verge, quoiqu'elles n'aient pas été négligées complètement surtout dans les effets chiffon.

Les nets sont également de bonne vente et semblent devoir conserver encore la faveur populaire pendant au moins quelque temps.

Comme couleurs, le noir grand teint vient en tête; puis, viennent, par ordre de mérite: le taupe, le brun, le bleu dans les nuances moyennes et foncées. Les tons de fantaisie ne sont pas en faveur marquée.

Gants

Portera-t-on les gants longs ou courts? Telle est la question très controversée en ce moment.

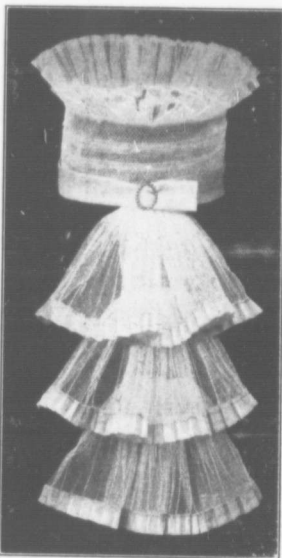
Pour répondre à cette question, il faudrait d'abord résoudre celle de la question des manches. Il faut donc en premier lieu savoir si on portera la blouse ou le corsage à manches longues ou courtes.

La tendance des manufacturiers, à en juger d'après les échantillons de leurs voyageurs, serait de faire revivre la mode des manches longues. Mais la mode, comme on le sait, change rarement d'une manière radicale et subite; il est donc bien difficile, semble-t-il, de faire succéder sans transition la manche longue à la manche courte.

Les manufacturiers de blouse l'ont généralement compris, aussi ceux qui ont offert en même temps des manches longues et des manches courtes ont-ils été

plus favorisés que ceux qui n'avaient à offrir que des manches longues. Du moment que la faveur reste encore en partie acquise à la manche courte, il va de soi que le gant long sera encore de vente.

On peut dire que la vente des gants longs sera en raison de la vente des blouses et corsages à manches courtes, qu'il s'agisse des gants de kid ou des gants tissés en soie ou en lin.



Nouveau jabot en net fin, bordé de soie.

Modèle de R. D. Fairbairn Co., Ltd.

L'acheteur se trouve actuellement dans quelque embarras et il lui faudra le printemps et l'été prochains redoubler de vigilance pour suivre l'orientation de la demande et par conséquent des ventes.

Le "Dry Goods Economist", de New York, dit que: Les apparences indiquent une bonne saison pour les guants de chamois, pendant laquelle ils se vendront dans les nuances crème et naturelle, aussi bien que blanche. Ces gants se vendront soit avec fermoirs, soit avec bou-

tons. Il y a apparence que les gants chamois français seront presque entièrement cousus-piqués. Dans l'opinion des bons gantiers on considère que les fabricants français ont pris une sage détermination en donnant aux gants chamois le fini piqué.

Broderies

Les affaires en broderies n'ont pas été des plus satisfaisantes l'an dernier, de sorte que, généralement parlant, le commerce n'a pas donné aux ordres avec beaucoup d'empressement ces manufacturiers quand celles-ci ont présenté leurs nouveaux modèles. La situation s'étant améliorée les ordres sont venus et les fabriques se trouvant un peu débordées ne livrent pas aussi promptement qu'il serait désirable.

Les fabriques de St-Gall ont avancé leurs prix, surtout pour les broderies au métier à la main et on s'attend à une nouvelle avance si les ordres continuent à affluer. Pour les broderies mécaniques on ne prévoit pas une avance aussi forte que pour les broderies au métier à la main. C'est surtout pour les nouveaux patrons que l'avance sera sensible.

Les broderies couleurs dans les nuances tendres du rose, du bleu et des bruns et dans la nuance lavande ne manquent pas de faveur.

Dentelles

Avec les modes nouvelles la dentelle est un accessoire nécessaire et, de ce fait, les dentelles seront très employées.

On prévoit la continuation de la demande pour les effets de net, les dentelles de Venise, l'imitation du point d'Irlande, les dentelles lavables et les all-overs.

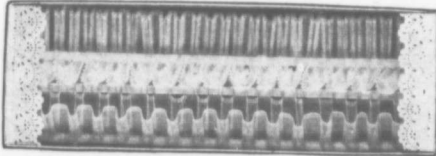
Les effets de métal, riches, lourds et en même temps décoratifs, gagnent chaque jour en faveur.

La dentelle or est coûteuse, surtout dans les modèles les plus riches en dessins et en matériaux; mais, si celle-ci est réservée à une classe privilégiée, on verra bientôt apparaître des patrons moins dispendieux pour les bourses plus modestes.

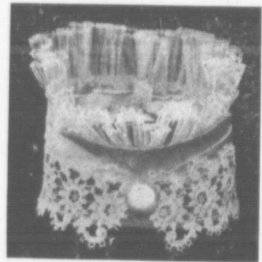
Il y aura évidemment une très forte demande pour les nets or et argent. On emploiera l'or et l'argent combinés l'un avec l'autre, comme contraste, pour garnitures et aussi sous le blanc et les nuan-

R. D. FAIRBAIRN CO., LIMITED
ARTICLES DE COU POUR DAMES,
CEINTURES, RUCHES, BLOUSES, JUPONS, JUPES, PARAPLUIES.

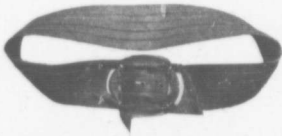
Un de nos Leaders pour le Printemps. Assortiment le plus vaste fait au Canada.



No. A 300.—Contenant 3 nouvelles ruches larges, blanches ou assorties.
 \$27.00 par boîte de grosse.



No. B 5 à \$4.00 par douzaine.



Nouvel Effet en Ceintures en Cuir, en Couleurs populaires. No. C 11 à \$4.00 par douz.



HUGH HENRY,

204 rue St-Jacques,
 MONTREAL.

TORONTO, 107 rue Simcoe

NOS VOYAGEURS seront en route avant la fin de janvier. Ils vous offriront l'assortiment le meilleur et le plus soigné de

Sous-Vêtements
Tricotés POUR HOMMES, FEMMES
 ET ENFANTS,

qui ait jamais été offert. Outre nos lignes régulières de Marchandises à Côtes Élastiques, nous offrons :

Articles pour Hommes en Balbriggan
Uniet à Mailles, Chemises, Sweaters,
Vêtements pour Golf, Couvertures,
Mitaines, Chemises de Nuit, Costu-
mes de Nuit pour Enfants et Bon-
neterie.

Nos échantillons vous intéresseront certainement. Nous sollicitons votre ordre estimé.

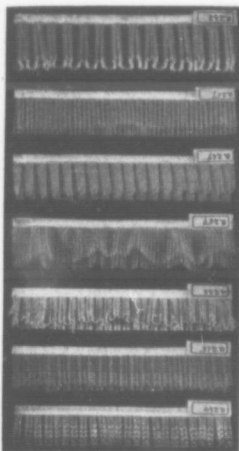
WATSON MFG. CO., Limited Paris, Ont.

A. L. GILPIN, Agent, 207 rue St-Jacques, MONTREAL.

ces délicates pour vêtements de soirée.

Les garnitures métalliques et celles brodées sole seront très employées pour costumes.

Pour robes décolletées du soir en sus des nets or et argent, on emploiera également des nets ornés de rangs de perles et de jais.



Quelques modèles de ruches de
R. D. Fairbairn Co., Ltd., Toronto

Les dentelles imitation d'Irlande paraissent devoir conserver leur vogue pour toutes sortes de garnitures.

Les dentelles de Cluny semblent gagner en faveur pour garnitures et aussi pour la lingerie.

Avec les manches longues des blouses on prévoit une grande demande pour les nets plissés en allover dans les nuances écru et noir et les couleurs.

Articles de cou

Les articles de cou fantaisie sont en excellente demande et les apparentés sont pour une forte saison de ventes.

Les nouveaux modèles ne sont pas en grand nombre et, comme caractère, ne diffèrent pas sensiblement des anciens.

On aura, par quelques-unes des illustrations que nous donnons ci-dessous, une très bonne idée des meilleurs modèles des genres actuels.

Les cols avec ruchés sont toujours en bonne demande dans les prix de 25 à 50 cents, surtout dans les moyennes larges qui resteront sans doute en vogue pendant longtemps, tandis que les modèles de proportions énormes n'auront qu'un temps.

Les effets Gibson sont toujours très populaires et les manufacturiers ont pe-

né à répondre à la demande; c'est peut-être pour cette raison qu'on voit peu de modèles complètement différents des anciens; il vaut mieux suivre le courant de la demande, quand elle est prononcée vers un article, que d'essayer d'attirer l'attention sur des nouveautés dont les chances de succès sont problématiques.

On a su néanmoins donner une apparence de nouveautés à des effets déjà connus en employant des matériaux de nature différente. On verra aussi au printemps des cols Gibson avec pointes arrondies remplaçant les pointes effilées.

Les tours de cou Pierrot sont également un bon article dont la vogue s'accroîtra sans doute. Ils sont généralement en chiffon et aussi en net ornés d'un noeud; le ruban de satia est é-

fants sans trop d'exagération. On les voit surtout en blanc dans les combinaisons de net et de dentelle. Les dentelles du Cluny, de Malte et d'Irlande sont les plus en évidence, surtout cette dernière. On emploie aussi mais dans de moindres proportions que le net, le linon et le cambric.

Le col en toile pour porter avec le costume tailleur continuera à se porter aussi bien en uni que brodé.

Les garnitures de boutons

Jamais, dit un de nos confrères de Paris, les boutons n'eurent tant de vogue que cet hiver; depuis plusieurs saisons ils garnissent les robes, les manteaux, les corsages; on en met partout, avec et sans utilité. On en voit de toutes les dimen-



Nouveau turban russe.
Modèle de M. McCall Co., Toronto

même couleur que la fraise, tandis que le ruban de velours est presque invariablement noir. Les couleurs comprennent le blanc, différentes nuances du bleu, ainsi que les tons rose, framboise, lavande, etc.

En général les tours de cou, qu'il s'agisse des cols Pierrot, des jabots, des rabats, des cols Hollandais, tous sont bouf-

sions depuis les petits boutons de métal ou de soie qu'on échelonne par douzaines jusqu'aux gros boutons qu'on pique par deux et par trois sur les devants des jaquettes Directoire. Les uns sont ronds, en boudin très en relief; les autres demi-boules, d'autres tout à fait plats, d'autres encore en forme d'olives. Les boutons

**Quand les
Femmes
Obtiendront
leurs
Droits**



et que les Suffragettes Militantes seront passées dans l'histoire, les femmes demanderont avec instance de la nouveauté dans les Accessoires Délicats du Costume.

Vous savez cela — Vous êtes dans le commerce des Nouveautés!

Et, étant dans ce commerce, vous devriez savoir que la Maison du Style — le Berceau des Nouveautés en Articles de Cou — est 58-64 rue Wellington Ouest, à l'enseigne de

Ladie's Wear Limited

Nos voyageurs sont en route avec des créations exquises. Demandez-leur de vous montrer les effets nouveauté les plus récents.

cerclés sont en majorité; on en fait en satin, en velours, en serge, en drap, cerclés d'un mince jonc de métal argenté ou doré, mais on en voit aussi en nacre ou en imitation de nacre avec des reflets gris, verts ou bleutés, qui permettent de les associer à plusieurs teintes d'étoffe.

Parmi les boutons cerclés, les plus nouveaux sont en tresse artificielle bordés de métal, ou en tresse de soie cerclés de satin ou de lusting.

Les boutons de velours, brodés de sou-taches, sont d'un joli effet, et nous chan-gent des boutons de passementerie dont nous sommes un peu las.

Toutes les formes de boutons existent en noir; les boutons noirs sont d'ailleurs ceux qu'on emploie le plus; on en orne les robes sombres, bleu marin, violette, vert myrthe ou bronze; aussi bien que des robes plus claires: amadou, bleu faïence, etc.

Personnel

—M. William Alexander, directeur gé- rant de la succursale de Montréal de MM. S. F. McKinnon & Co., Ltd., vient de faire un voyage d'affaires à New-York.

Les secteurs de "Tissus & Nouveau- tés" apprendront avec plaisir que M. Alexander est complètement remis de la maladie qui l'a tenu pendant quelque temps éloigné des affaires.

Dans la vignette ci-dessous, on remar- quera la blouse No F. 656, de la R. D. Fairbairn Co., Ltd., de Toronto, du prix de \$26 la douzaine. Cette blouse est en net plissé et brodé sur dessous en soie.



On remarquera également la jupe No B. 99, du prix de \$3 chaque, qui est un des nouveaux dessins les plus populaires de la même maison, pour le printemps. Elle est en beau chiffon panama avec garnitures satin ou taffetas et boutons.

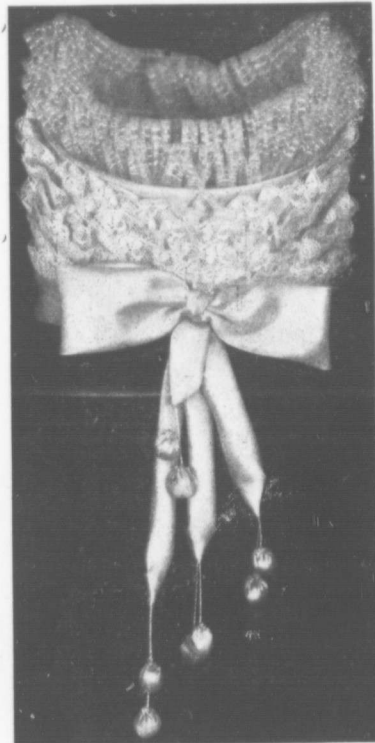
ETOFFES A ROBES POUR L'AU- TOMNE ET L'HIVER 1909-10

Worsted

Au point de vue du nombre de verges nécessaire pour une robe, les worsted teints en pièce seront les étoffes à robes favorites pour l'automne et l'hiver prochains. La préférence sera donnée aux tissus unis; toutefois on emploiera aussi des tissus de fantaisie dit "Dry Goods

lement confectionnés par la couturière ordinaire. De plus, ils sont produits en pesanteurs convenant pour toutes les saisons de l'année.

Pour l'automne prochain les effets à fini satin occuperont le premier rang. La vogue du satin n'a pas encore atteint son plus haut niveau et il est probable que cette vogue continuera, au moins pendant la prochaine saison d'automne. Une ar- pie preuve de ceci est fournie par l



Col chiffon avec pendentif.
Modèle de Ladies' Wear, Ltd., Toronto

Economist". Une demande tellement forte a déjà eu lieu pour les worsted teints en pièce que dans quelques cas les manu- factures font du temps supplémentaire. Certains manufacturiers de lainages ont également mis leurs métiers à la manu- facture des marchandises en worsted.

La popularité des tissus en worsted pour robes peut être expliquée par le fait que non seulement on les taille avanta- geusement, mais qu'ils peuvent être faci-

ordres placés chez les manufacturiers soieries.

Broadcloths

Les broadcloths conserveront leur position actuelle qui est forte. Ceci est par- ticulièrement vrai pour le commerce de la confection des vêtements, où ces draps sont très en faveur; ils conviennent aux costumes de rue, aux jupes, aux man- teaux et aux costumes habillés.

Achetez la Marque Star Pour 1909



3060 L
Marque Star



Et Augmentez vos Ventes.

Notre Ligne de BLOUSES,
ARTICLES BLANCS,
COSTUMES LAVABLES
et
ROBES PRINCESSE

est tout à fait dernier genre et exclusive.

L'ajustage et la main d'œuvre sont garantis.

Les Vêtements de Qualité
pour Dames Portent la
Marque de Commerce Star



LA MAISON DES BLOUSES STAR
Reconstruite en 1908

Notre capacité augmentée signifie:

“Marchandises
quand vous les désirez.”

Envoyez-nous vos Ordres de
Rassortiment.

THE STAR WHITEWEAR MFG. CO.

BUREAU PRINCIPAL ET MANUFACTURE:
BERLIN, ONT.

SALLES DE VENTE À MONTRÉAL,
204 RUE ST-JACQUES.

Les manufacturiers ayant de l'expérience dans la confection des broadcloths ont reçu de nombreux ordres pendant toute la saison dernière et ceux qu'ils reçoivent pour 1909-10 indiquent que, dans cette saison, il n'y aura pas de diminution de la demande pour les tissus de cette sorte bien faits et bien finis.

Une chose à considérer dans l'estimation de la position des broadcloths est la forte situation occupée par les étoffes de couleur qui sont maintenant en vogue plutôt que les étoffes de fantaisie. On sait fort bien que les broadcloths prennent une belle teinte à la teinture et, sous ce rapport, nous pouvons nous attendre avec confiance à ce que leur popularité continue.

Comme les lainages unis et de fantaisie, autres que les broadcloths, prennent sous ce rapport la place de quelque chose qui manquait et convenaient au



Fraise Directoire, satin plissé, faite entièrement de ruban. Nouveauté de Paris se faisant dans toutes les nuances à la mode.

Modèle de Sandersons' Limited, Toronto

goût d'une grande partie du public consommateur, ils se vendent dans les qualités convenant à l'usage des masses.

Homespun

Malgré la vogue des tissus lustrés, il ne faut pas oublier que les couturiers ont partiellement réussi à introduire les homespuns, quoique cela n'ait pas eu lieu d'une manière aussi étendue qu'on s'y attendait. Ces tissus rudes ont été adoptés par les personnes fortunées pour les costumes de rue dans les meilleures qualités produites par les manufacturiers écossais et formeront une nouveauté adoptée pour l'automne et l'hiver prochains.

Simultanément, avec l'apparition de l'étoffe zibeline, en France, comme nouveauté, les maisons importatrices de New-York ont déchargé leurs stocks des tissus reportés des saisons précédentes en les vendant aux détaillants locaux qui, à leur

tour, les ont vendus à la moitié du prix ordinaire d'importation. Cela semble être une preuve que les zibelines ne seront pas produites pour les mettre en stock cette année, mais elles peuvent être offertes pour les ordres d'importation en même temps que d'autres étoffes rudes. Comme les worsted non finis occupent

worsted obtiendront certainement la faveur, à cause de leurs qualités qui leur permettent de se draper. Parmi ceux-ci figurent les henriettes en laine, soie et laine, qui sont rentrés en faveur pour les styles classiques.

Bien que les chiffons-soie et les tissus pour voiles aient été mis de côté en gran-



Nouvelle ceinture Directoire.
Modèle de R. D. Fairbairn Co., Ltd.

une place intermédiaire entre les tissus ayant une surface lustrée et les tissus tels que les homespun écossais. Ils devraient avoir une meilleure vente, l'automne et l'hiver prochains, que les effets plus rudes que le commerce en général n'est pas encore prêt à accepter.

de partie en faveur des tissus plus pe-
nants et plus serrés, ils sont devenus des articles courants spécialement en noir et en noir et blanc.

Dessins

Etant donné que les rayures accentuent



Ceinture élastique en relief avec nouvelle boucle fer à cheval. Nouveauté de New-York.

Modèle de Ladies' Wear, Ltd., Toronto

Pour le commerce de détail

Pour le commerce de détail en général, la préférence serait donnée d'abord aux étoffes à robes en worsted de pesantour légère et de pesantour moyenne et aux tissus de fantaisie en couleurs unies.

Pour les costumes, les tissus en soie et

la tendance prononcée actuelle pour les robes longues, elles seront grandement représentées dans les tissus de fantaisie dans lesquels les côtés à chaîne seront en évidence comme nouveauté.

Comme les carreaux ont une tendance à produire l'effet opposé, ils seront moins représentés, apparaissant princel-



Il n'y a pas de Meilleur Patron

**LE PATRON
à 10c.
NEW IDEA**

ETAIT LE PREMIER BON PATRON VENDU A UN PRIX POPULAIRE ET UNIFORME : C'EST LE MEILLEUR AUJOURD'HUI.

C'est le résultat d'années d'expérience pratique dans le dessin et la manufacture de patrons en papier-tissu, ajoutée à une connaissance intime et étendue des qualités les plus désirables dans un patron en papier.

Les patrons New Idea sont aussi exacts qu'un patron en papier peut l'être. Le procédé entier de leur manufacture est entre les mains d'experts, qui n'épargnent aucun effort pour produire un patron parfait, au moyen duquel toute femme ayant une intelligence et une habileté ordinaires dans les travaux d'aiguille peut façonner des vêtements allant bien, ayant bonne apparence et absolument du dernier genre.

Les patrons New Idea sont plus simples à suivre que tout autre patron en papier sur le marché. Ils ne contiennent pas de marques inutiles et n'offrent pas de complications qui embarrassent la couturière inexpérimentée.

La Femme Ordinaire—La plupart des femmes—l'achèteront de préférence à tous les autres, quand elles sauront qu'elles peuvent obtenir Un Patron Parfait pour Dix Cents et Epargner Cinq Cents.

Laissez-nous vous en dire davantage à ce sujet.

THE NEW IDEA PATTERN CO.

BUREAU CENTRAL: 636 et 638 BROADWAY, NEW-YORK.

Bureau de l'Ouest: 233-234, Cinquième avenue, Chicago, Ill.

Bureau Canadien: 70, rue Bay, Toronto, Ontario.
27-29, rue Stevenson, San Francisco.

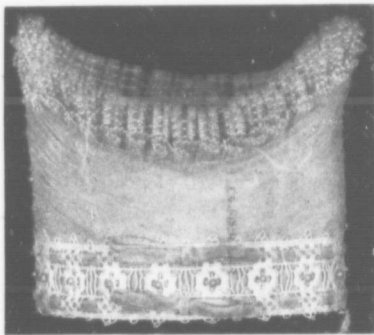
1631, avenue Washington, St-Louis, Mo.

palement sous forme d'effets "phantom" ou ombre.

La même objection offerte pour les carreaux s'applique aux bayadères. Ceci tendra à restreindre leur usage en vête-

Couleurs nouveauté

Les couleurs nouveauté qui auront probablement la plus grande vente sont les suivantes:



Effet Gibson, chiffon plissé, garni d'une insertion en dentelle et de ruban-bébé.
Modèle de Ladies' Wear, Ltd., Toronto

ment d'extérieur. On les emploiera en combinaison avec d'autres tissus. Ils auront aussi une vente relativement limitée dans la forme la moins voyante pour costumes destinés à des occasions spéciales, plutôt que pour les costumes que l'on porte ordinairement.

Les pertes soutenues par les manufacturiers et les détaillants en se débarrassant de leurs étoffes à robes fantaisie teintes en flotte, pendant la dernière partie de l'année 1908, aura pour résultat que ces étoffes à robe seront représentées d'une manière limitée dans les nouveaux assortiments pour l'automne et l'hiver.

Les styles les plus sûrs de tissus teints en flotte comprendront principalement des rayures genre "hairline" en couleurs sur fond mélangé.

Couleurs favorites

Les étoffes à robes fantaisie teintes en flotte n'étant presque plus en demande pour les tissus fins, on pense que les couleurs nouveautés auront une grande vogue.

Pour le moment, les couturiers recherchent la variété dans les nuances plutôt que dans les dessins de couleurs multiples; cela, pour les tissus en soie et laine les plus fins.

D'une manière générale, les couleurs ont une tendance aux tons plus foncés que dans toute la série acceptée pour les costumes de rue. D'autre part, des tons plus pâles partageront les honneurs avec les tons plus foncés pour les costumes du soir. Les noirs auront une vogue plus grande que jamais depuis la grande vogue qu'ils ont obtenue il y a quinze ans.

midi et une haute nuance pour le soir sont choisies comme nuances de bonne vente.

Cette série est maintenant en faveur auprès des teinturiers à l'étranger et aus-

si choisie par les teinturiers américains comme devant occuper une position importante, l'automne et l'hiver prochains. De plus, c'est une couleur distinctement américaine.

Les verts olive et bronze sont hautement considérés partout et les marchands-tailleurs de la 51ème Avenue sont en faveur des verts olive; cela est vrai aussi des producteurs de fins tissus pour les costumes de femmes. Ces verts auront, sans aucun doute, une bonne vente.

Parmi les verts nouveauté, les verts pistache seront aussi bons que ceux de tout autre ton et sont en faveur dans les centres étrangers de la mode.

Il ne faut pas oublier que les verts ont été bien introduits dans les chapeaux de la meilleure confection, dans les draps fins et ont longtemps montré une tendance à croître en faveur.

L'introduction heureuse de quelques verts dans les draps fins offre aux teinturiers d'étoffes à prix moyens la possibilité d'augmenter en toute sécurité leurs variétés de couleurs.

Gris fumée et taupe

Les bleus cadet passés partageront la vogue, car les tons mats et doux occuperont une place préminente dans les ventes.



Fraîse en satin plissé, finie par de petits volants de satin et de net.

Modèle de R. D. Fairbairn Co., Ltd.

Nous considérons que la série castor obtiendra une grande approbation.

Les couleurs pour costumes de rue ayant une tendance vers le noir, nous n'hésitons pas à choisir les nuances ral-

Les Satins et Effets Satin

SERONT LE

Dernier Mot de la Mode

Pour le Printemps 1909.



Corage du soir, en Satin Noir.

Voyez plutôt sans délai nos Échantillons Importés de Londres. Ils regorgent non seulement des tissus les plus nouveaux, mais aussi des nuances les plus récentes.

REMARQUE.—Nous tenons en stock les numéros qui se vendent le mieux, Noirs, Blancs et Couleurs, tant à Montréal qu'à Toronto.

Nous accordons toujours une prompt attention aux ordres par la malle.



Blouse pour le jour, en Satin.

DEBENHAMS (Canada) LIMITED

MONTREAL

18, rue Sainte-Hélène.

TORONTO

Rues Bay et Wellington

DEBENHAM & CO.

{ London (West.) Paris, New York, Melbourne, Cape Town,
London (City.) Bruxelles, Boston, Sydney, Johannesburg.

La Brinton Carpet Company of Canada, Limited,

PETERBORO

manufacture maintenant une ligne splendide de Tapis et Carrés de Tapis dans toutes les diverses qualités Wilton et Bruxelles, en plus de son

REGINA AXMINSTER

qui a été une révélation pour le commerce et qui est fait aussi en Carrés de diverses grandeurs; cette Compagnie fait aussi des Rugs de Foyer 36 x 72 et 27 x 54, et des Nattes.

Faites-vous un devoir de voir les échantillons.

Agent de Vente:

W. E. Whitehead,

A aussi des Tapis Kildare, Finis à la Main.

28, Rue Wellington Ouest,

Toronto.

sin, de ton pourpre foncé, se rapprochant du noir.

Nous pensons que les bruns obtiendront un grand succès dans les tons doux et foncés de la robe et du pelage d'animaux, tels que les tons châtaigne et poil de chameau. Les bruns bronze seront aussi compris dans les nouveautés qui obtiendront du succès. Une nuance pourpre rougeâtre est fortement indiquée pour remplacer la série rouge, et depuis quel temps n'est plus en faveur.

Bleus cadet pazzés

Etant donné que les gris fumée et les gris taupe occupent une forte position en fin de saison auprès des personnes au goût exclusif, nous choisissons ces deux séries qui ont quelque rapport entre elles comme devant obtenir une place prépondérante, l'automne et l'hiver prochains, spécialement dans les étoffes à robes à prix moyens. Il est certain que ces deux séries n'ont pas été adoptées complètement dans les villes de l'intérieur, particulièrement à l'Ouest de Chicago; il est également certain qu'elles seront conservées comme séries courantes pour les étoffes fines.

La vogue nouvelle du vieux rose est un indice sûr que cette série obtiendra de nouveau son ancienne popularité, spécialement dans les nuances les plus foncées.



MARCHE LYONNAIS DE LA SOIERIE

Notre marché de l'étoffe, depuis notre dernier Bulletin, dit le "Moniteur du Tissage Mécanique des Soieries", a été visité par un bon nombre d'acheteurs de Paris et d'Angleterre, dont les opérations, de même que précédemment, ont porté, principalement, sur les articles teints en pièce désignés plus loin dans notre analyse.

Le marché de la matière première conserve une grande fermeté, malgré un certain ralentissement dans les transactions. Néanmoins, il se fait quelques achats journaliers de la part de la Fabrique. En Extrême-Orient, les affaires sont plus calmes, mais les prix sont bien défendus.

Dans les usines de tissage mécanique, le travail a encore gagné en animation, depuis le mois dernier, dans tous les genres teints en pièce unis, nouveautés ou façonnés, et il est à noter que les demandes nouvelles tendent à se porter sur des qualités plus belles que par le passé. Il en résulte un retard dans la production, causé par l'attente des nombreuses chaî-

nes qui restent encore à ourdir, avant de pouvoir remettre en marche tous les métiers qui avaient cessé de battre.

Le Pongée uni (chaîne grège tramé schappe, en 51-54 centimètres Jumelle) continue à entretenir les métiers qui lui sont affectés, grâce à des ordres de suppléments sans cesse renouvelés. Il en est de même pour la Taffetaine (chaîne grège tramé coton, dans les gros comptes à 1 et à 2 fils doubles), mais il faut noter, toutefois, que ce tissu ne dispose plus que d'un outillage mécanique très restreint.

Le Chins (chaîne grège tramé coton, largeur 8 centimètres, pour Mode) donne lieu à beaucoup d'ordres qui ne trouvent que très difficilement à se placer au tissage, étant donnée la rareté des métiers disponibles.

La Doublure teinte en pièce (chaîne grège tramé coton, en Satin, Sergé, Austria, Polonaise, largeurs 41-46 et 51-54 centimètres Jumelle) a retrouvé toute son ancienne activité avec de meilleurs prix de façon; les Sergés sont, surtout, très demandés dans les belles qualités de 80 dents à 2 fils doublés.

Le Satin Liberty (chaîne grège tramé schappe, en 51-54 centimètres Jumelle ou lisères fixes) poursuit sa brillante campagne et sa fabrication s'étend sur un nombre considérable de métiers. La même note convient aussi au Crêpe de Chi-

W. P. KING & SON

W. P. KING

ARTHUR S. KING

AGENTS DE MANUFACTURIERS
REPRESENTANT**The C. Turnbull Co., Limited**

GALT, Ont.

Manufacturiers des Sous-Vêtements renommés "Ceetee" et "Perfect-Fitting".

The Clinton Knitting Co., Limited

CLINTON, Ont.

Manufacturiers de la fameuse Bonneterie "Wearwell".

DANS ONTARIO, A PARTIR DE
TORONTO EST, DANS QUEBEC
ET LES PROVINCES MARITIMES.

Nous souhaitons à leurs amis et patrons une heureuse et prospère Nouvelle Année.

74, rue York, TORONTO.

The Fiberloid Company

NEW-YORK

Manufacturiers des Cols en Toile
"Litholin" Imperméables.
POUR LE DOMINION DU CANADA**Corliss, Coon & Company**

NEW-YORK

Manufacturiers des Cols Corliss Coon faits à la main, d'une renommée universelle.

POUR LE DOMINION DU CANADA

Et enfilé, mais non le moindre,

"Billiken"

POUR LE DOMINION DU CANADA

511, Edifice Coristine, MONTREAL.

ne, en diverses armures nouveautés (chaîne soie ou chaîne schappe, largeurs 110 et 120 centimètres), et l'on pense généralement que ce genre d'étoffe est appelé à rester longtemps dans la consommation.

La Mousseline sole (chaîne torsion tramé torsion) motive une production des plus intenses, qui ne suffit même pas à satisfaire la demande. Les commissions nouvelles arrivent chaque jour, entraînant une hausse des prix de façon qui atteint maintenant l'année 1907. La Mousseline brillante (chaîne grège tramé torsion ou chaîne grège tramé grège) alimente un certain nombre de métiers, mais son succès, comme précédemment, est loin d'égaliser celui de la Mousseline mate.

Pour l'Echarpe (largeurs 60 et 120 centimètres, longueur de 2 à 3 mètres, avec encadrement par la chaîne et par la trame), en Mousseline, Crêpe de Chine, Radium, la fabrication prend beaucoup d'élan, et les ordres qui se succèdent chaque jour lui donnent une allure de plus en plus pressée.

Le Voile uni (chaîne Grenadine tramé Grenadine) se maintient en bonne marche, et occupe son outillage mécanique avec la même fermeté que le mois passé.

L'étoffe unie de soie pure teintée en flotte: (Taffetas cuit, armures diverses), n'est pas en meilleure posture que pré-

cedemment, et ne fait que très médiocre figure au tissage, à l'exception, toutefois, du Taffetas souple, noir ou couleur, largeur: 45 centimètres Jumelle (pour mode), qui n'a pas cessé de donner le mouvement à un certain nombre de métiers.

Le Tussor et le Shantung lyonnais (chaîne Douplon tramé Douplon, Lafine ou Tussah), dont la fabrication était demeurée assez calme jusqu'à présent, ressentent à leur tour les effets du réveil des affaires, et les métiers se remontent rapidement en Uni; ainsi qu'en uni barré (2 lats).

La saison n'a pas été favorable à l'Etoffe pour parapluie dont la vente reste dans un état de calme qui s'explique par la rareté des pluies pendant ces mois d'automne.

Concernant l'Ombrelle, les commissions n'arrivent encore que très lentement. Du reste, il est à prévoir que le chiffre des affaires sera plus faible que de coutume, en raison des stocks qui doivent exister en marchandise vendue dans le cours de l'été 1907, envers lequel le soleil n'a pas été prodigue de ses rayons. Contrairement à l'année dernière, les Unis semblent, maintenant, pour l'Ombrelle, obtenir la préférence sur les nouveautés en Impression, Broderie, etc.

Pour le Velours mécanique (Pois sole ou Poil Schappe), les commissions sont à peu près toutes livrées, sans avoir subi

aucune annulation; les suppléments ont été nombreux dans les nuances préférées: Canard, Caki, Saphir, Nattier, Améthyste. Les ordres pour la saison prochaine ne se donneront pas avant janvier ou février; mais, on espère que les affaires, en 1909, auront un développement qui compensera la diminution qu'elles ont subie durant l'année 1908.

Les Façonnés, en général, ont encore remporté de nouveaux avantages, depuis notre dernier compte-rendu. Dans le genre telint en pièce (chaîne grège tramé grège, schappe, laine ou coton), les ordres se succèdent sans interruption, et les prix de façon se sont relevés très sensiblement. Le Foulard au carré, ainsi que le Châle soie à franges, se tissent toujours avec une grande activité et, journellement, on crée de nouveaux dessins qui contribuent à augmenter la production. Les articles du Levant proviennent des demandes d'autant plus insistantes que la Fabrique éprouve beaucoup de difficulté à se procurer du fil métallé; et, il est certain que si ces matières ne faisaient pas défaut, il serait, pour le moment, presque impossible de trouver des métiers libres. Les Façonnés (chaîne cuit tramé cuit) entretiennent d'une manière très suivie un bon nombre de métiers, principalement dans le bel article. Quant à la Moirette et à la Mexicaine (chaîne coton tramé coton) les métiers

se remontent activement, et l'importance des commissions, ainsi que leurs époques de livraisons largement espacées, ont permis à l'usiner de relever ses prix de façon.

A Lyon, dans les petits ateliers de tissage mécanique ou à la main, la fabrication continue pour les mêmes étoffes que le mois passé: Armures, noir ou couleur; Côtelés (chaîne soie tramé laine et soie, en 55 et 108 centimètres); Peluche côtelée (chaîne soie tramé coton, poil schappe), en écreu ou teint en flotte, largeur 65 centimètres; Façonné fond armure pour Col-cravate; étoffe pour Col-cravate nouveau; Foulard au carré; Cachemirienne deux lats (chaîne coton tramé soie et dorure) pour l'exportation; Façonnés (chaîne soie tramé laine (petits motifs), largeur 54 centimètres, pour robe); Côtelé façonné, largeur 54 et 80 centimètres. Toutefois le travail a plutôt gagné en animation concernant les unis et les côtelés dont les suppléments de commissions occupent de nombreux métiers. Le Velours tout soie au fer, uni noir ou couleur, n'est pas encore sorti de son état de calme et ne se tisse que faiblement.

A la campagne, dans les ateliers à bras, les métiers sont, en partie, encore garnis par les mêmes articles que nous avons déjà désignés dans nos précédents bulletins: Rubans (chaîne grège tramé coton); Satin-Liberty; Pékin (satin et crêpe ou Satin et Taffetas); mais, en ce qui regarde le Crêpe de Chine, la fabrication est en augmentation très sensible.

En résumé, le tissage mécanique se poursuit avec une grande vigueur que justifie la venue incessante de commissions nouvelles dans tous les articles teints en pièce unis ou Nouveautés: Mousseline, Crêpe de Chine, Satin Liberty, Voile, Echarpe, Façonnés (chaîne grège tramé grège, coton ou schappe), etc., sans en excepter un bon nombre de tissus, teints en flotte. Il est, en même temps, à signaler que, dans beaucoup de genres d'étoffes, les belles qualités ont une évidente propension à se créer une place plus large dans la consommation.

A Londres, la température de novembre, qui fut exempté d'un froid vif, a ralenti les affaires dont le chiffre est inférieur à celui de l'année dernière à pareille époque. Cependant, l'approche des fêtes de Noël a occasionné de nombreuses ventes de soieries qui vont continuer jusqu'à cette date. Plusieurs représentants de maisons anglaises sont venus dernièrement visiter la place de Lyon, sans y laisser beaucoup de traces de leur passage. Certains d'entre eux ont traité, à Paris, des affaires de soie en Taffetas (de Lyon) couleur, pour l'exportation, mais, le bas prix à jour, dans ces transactions, le rôle principal, ce qui est loin d'indiquer un retour de la mode au profit de cet article. La Bégaline couleur voit la demande s'accroître en sa

faveur; par contre, le Satin-Liberty montre, dans la vente, quelques tendances au ralentissement. Les genres Côtelés surtout en noir (pour confection), sont à fin de saison, mais on croit que, dès l'ouverture de la saison de printemps, il se vendra des côtelés (en cult, côté fine) noir ou couleur, pour robe. Ce même tissu, dans le genre teint en pièce, en 46-58 centimètres (pour mode seulement) continuera à recueillir des ordres, mais il est possible que, pour le printemps, il soit remplacé par la Mousseline dont les stocks sont bien amoindris, et qui paraît regagner son ancienne faveur. Le Drap Cachemire teint en pièce, en 110 centimètres, le Voile, le Crêpe de Chine, ainsi que divers autres tissus souples, conservent une bonne vente, pendant que, dans le genre teint en flotte, le Satin Merveilleux, la Paillette et quelques Armures souples dorment aussi lieu à quelques affaires. Les articles Cachemirienne, Gaze, Tulle, etc. (lamés or ou argent (pour garniture) et l'Echarpe, principalement la Dentelle Spanish sont encore recherchés, et la demande demeure bien soutenue pour l'Autriche et la Polonoise (article doublure). On compte que les maisons anglaises se remettront aux affaires après les fêtes de Noël, et qu'il sera plus facile, à ce moment, de désigner les tissus réussissant les plus nombreuses chances de succès pour la saison de printemps 1909.

A New-York, les affaires continuent à s'améliorer d'une manière très appréciable, et la Fabrique américaine est en pleine activité, mais elle évitera les excès de production dont les leçons du passé lui font redouter les conséquences. Plusieurs acheteurs de grandes maisons américaines ont récemment parcouru la place de Lyon, et y ont fait quelques transactions, principalement dans les articles suivants: Côtelé, Cristal, Satin Liberty, Tulle, Voile, Drap Cachemire et Armures similaires (chaîne soie ou chaîne schappe), en teint en pièce, noir ou couleur, largeurs 105, 110 et 120 centimètres. Mousseline, surtout pour ruchés. Les commissionnaires et fabricants lyonnais ont entretenus du stock à New-York y font actuellement d'assez nombreuses expéditions dans les genres énumérés ci-dessus, et l'on compte que les ventes pour Noël auront une certaine ampleur, comme d'habitude à pareille époque. L'impression directe sur Satin Liberty et autres tissus souples et légers, ainsi que le Satin Liberty uni couleur en 110 et 120 centimètres, paraissent toujours destinés à avoir un réel succès dans les ventes de la saison de printemps qui s'annonce sous les meilleurs auspices pour la bonne réussite des affaires.

À Paris, dans les Maisons de Nouveautés, la vente des soieries au détail a été très active, principalement en ce qui concerne les articles souples et brillants.

Les maisons de gros, ont donné, dans cette première quinzaine de décembre, des commissions importantes en beaucoup de genres d'étoffes, mais, surtout, en Paillette et Satin Merveilleux, largeurs 45 et 49 centimètres (pour Jupes et Corsage). Les tissus, teints en pièce, Cachemire et Drap de soie ont également provoqué de notables demandes (pour robe de bal).

En somme, la fin de la présente année 1908 compense, dans une certaine mesure, les déceptions qui ont marqué son commencement; la saison de printemps prochain est, maintenant, engagée dans de bonnes conditions, et il y a lieu d'espérer que les affaires, pendant l'année 1909, donneront d'heureux résultats.

E. R.

La soie artificielle manque de forme, surtout quand elle est mouillée; mais on peut produire des fils et des tissus forts ayant le brillant de la soie et n'étant pas affectés par l'eau, en soumettant le coton à des traitements variés. Le procédé le plus ancien, le mercerisage, qui consiste à placer les fils teints dans un bain de soude caustique, produit un brillant inférieur. Avec les méthodes plus nouvelles, les fibres de coton sont recouvertes d'une couche de soie artificielle, soit en les trempant dans des solutions de cellulose semblables à celles employées dans la fabrication de la soie artificielle, soit en les traitant au moyen de dissolvants de cellulose et des fibres elles-mêmes. Les imitations de soie obtenues par ces méthodes sont très brillantes, très fortes et ont de la durée, car leur exposition à l'humidité n'affaiblit que l'enveloppe de la fibre et non la fibre elle-même.



DESCRIPTION DES CHAPEAUX REPRÉSENTÉS PAR NOS GRAVURES

Page 32. — Modèle de la maison John Wanamaker. C'est une grande forme artistique couverte de velours chiffon rose. Le velours est coupé de blais en bandes larges de 2 pouces, garnies sur un bord d'un ourlet piqué à la machine, large de 1-4 pouce. On coud ces bandes de velours rang sur rang dans la forme, chaque rang recouvrant de 1-2 pouce celui qui le précède. Les rangs sont cousus avec très peu d'ampleur au bord supérieur. La passe est couverte de velours coupé pour s'y ajuster et tendu. On aligne 1-2 pouce de largeur extra au bord de la couverture de la passe. La couverture de la face supérieure de la passe est d'abord mise en place, le bord dépassant la passe. Une broche à bonnet de moyenne grosseur est insérée dans la face inférieure de la passe, au bord, formant un finissage net.



Serpentine Crêpe



C'est la cotonnade la plus satisfaisante de toutes les cotonnades pour robes et, avec ses zigzags étranges, elle ne ressemble à aucune autre marchandise que vous ayez jamais vue. Exclusive comme dessin et couleurs, ses qualités de résistance en font un des tissus peu nombreux ayant une grande beauté et une grande valeur et coûtant peu.

Faite dans toutes les nuances unies à la mode et en une grande variété de dessins figurés. Sans égalé pour robes d'intérieur et de réception, kimono, peignoirs, etc. Patrons spéciaux d'un intérêt peu commun pour draperies et rideaux.

Les zigzags sont permanents—ils ne s'étirent pas—ne disparaissent pas par le lavage, le repassage, et ne s'usent pas.

Les meilleurs marchands de gros vendent le Crêpe Serpentine, populaire dans tous les styles, tous les patrons et toutes les couleurs. Demandez-le à votre fournisseur et, s'il ne le tient pas, donnez-nous son nom.

Les détaillants qui n'offrent pas "SERPENTINE CRÊPE," sont invités à demander des échantillons et à apprendre comment ils peuvent gagner de l'argent en le vendant.

PACIFIC MILLS, 70 Kilby St., BOSTON

Parmi les principaux Marchands de Gros Canadiens tenant "Serpentine Crêpe," sont : Green Shields Limited, Montréal; Gordon McKay Co., Toronto; Manchester Robertson Allison Co., St. John, N. B.; J. & M. Murphy, Halifax, N. E.

"BEEHIVE"

ET

"White Heather"

de BALDWIN.

Spécialistes en Laines à Tricoter

Elles assurent une vente facile.

Par l'entremise des principales Maisons de Gros.

Echantillons gratuits sur demande adressée à

J. & J. Baldwin & Partners, Ltd. AGENTS: **Duncan Bell & Co.,**

ETABLIS EN 1785.

HALIFAX, ANG.

Montréal & Toronto

Ce chapeau n'a pas d'autre garniture qu'un groupe de trois demi-plumes d'autruche roses, placé à gauche.

La passe de la forme s'abaisse à partir du tour de tête et est courbée jusqu'au bord. La calotte haute, en forme de dôme, est faite séparément puis fixée en place. Le chapeau proprement dit et sa calotte reçoivent leur forme par pression sur des matrices. On peut acheter la calotte chez le fabricant de formes et le modiste peut apporter des changements à une passe du même genre de manière à suivre de près ce modèle.

Dimensions:— Calotte, hauteur, 5 1-2 pouces; diamètre, 9 pouces. Passe: avant, 5 pouces; arrière, 5 1-2 pouces; côté gauche, 6 pouces; côté droit, 6 pouces.

* * *

Page 34. — Bonnet Directoire avec passe couverte de velours noir et un pouf sur la calotte. La forme est d'abord couverte de soie à motifs ou de soie brochée en nuances de gris, bleu et rose, le bleu étant la nuance dominante; par-dessus on place un bourrelet de ouate. On coupe la couverture de la passe de manière qu'elle s'y ajuste. On emploie un beau velours noir pour la calotte et la face supérieure de la passe. Une bande du même ruban écrasé est placée en travers de la calotte en avant et sur les côtés, tombant de l'arrière au quart arrière de chaque côté. Une petite rosette du ruban est placée à droite et, à gauche, un groupe de trois plumes blanc pâle est monté, pour tomber de la calotte par-dessus la passe. Les larges nœuds en ruban noir sont attachés à gauche comme on peut le voir sur la gravure. Les brides sont ramenées sous la chevelure.

Dimensions: Tour de tête, 16 pouces; passe en avant, 5 pouces; en arrière, 5 1/2 pouces; à gauche, 6 pouces; à droite, 6 pouces. Calotte: hauteur, 4 pouces; diamètre au sommet, 10 pouces à la base, 8 pouces.

* * *

Page 36. — Modèle de la maison Jas. McCreery. Chapeau couvert en satin du gris le plus pâle; la face inférieure de la passe est couverte de velours noir. La forme est de grandeur modérée, avec passe retombant très légèrement. Du marabout blanc avec marques naturelles est arrangé en une guirlande autour de la calotte et de la passe. Enfilé dans le duvet et encerclant la base de la large couronne est une guirlande de roses plutôt petites avec leur feuillage naturel. Les roses sont de couleur rose et jaune pâle.

Dimensions: Tour de tête, 18 pouces; bord en avant, 4 1-2 pouces; en arrière, 5 3-8 pouces; à gauche, 5 pouces, à droite, 5 1-2 pouces.

Page 38. — Modèle de la maison Jas. McCreery. Chapeau couvert de soie benzaline, couleur taupe. Le bord de la passe est fini par un tuyaut.

La calotte est en forme de bol et est couverte séparément. On couvre d'abord la passe avec une doublure intermédiaire de ouate mince ou de crinoline coupée pour s'ajuster. La soie est tendue. La forme n'a pas de bandeau. Un morceau circulaire de soie, d'un diamètre de 15 pouces, est tendu sur la calotte, l'ampleur supplémentaire est disposée en petits plis à la base, où la soie se retourne remontant sur la calotte. On coud alors la calotte à la passe.

La garniture se compose de pièces toutes faites, y compris une bande du travail le plus soigné. Cette bande est drapée autour de la calotte.

Dimensions: Tour de tête, 18 pouces; avant, 6 1-2 pouces; arrière, 6 pouces; à gauche, 6 pouces; à droite, 6 pouces. Hauteur de la calotte, 3 pouces; diamètre, 7 1-2 pouces.

* * *

Page 42. — Modèle de la maison Jas. McCreery. Chapeau en bengaline blanche avec face de la passe couverte de velours noir. La forme est grande; elle a une calotte basse en forme de bol. La passe et la calotte sont couvertes séparément. La couverture est tendue sur une doublure intermédiaire et le bord porte une pègre invisible.

La garniture est des plus simples. Un groupe de trois plumes à droite et une bride en large satin forme la seule décoration. Le ruban est posé en travers de la passe à la base de la calotte en avant et un peu en arrière du centre de chaque côté. Il est fixé en place et attaché à gauche, tirant la passe dans une position retombante, comme l'indique notre gravure.

Dimensions: Tour de tête, 16 pouces; passe en avant, 7 1-2 pouces; en arrière, 7 pouces; à gauche, 7 1-2 pouces; à droite, 7 1-2 pouces; calotte, hauteur, 3 pouces; diamètre, 8 pouces.

D'après les rapports reçus des grands magasins départementaux de Montréal et de Toronto, les ventes de lingerie et surtout de blouses ont été très fortes depuis le commencement du mois courant. En ce qui concerne les blouses, il paraît que, malgré les efforts faits par les manufacturiers, les blouses à manches courtes se vendent dans des proportions de dix blouses à manches courtes contre une blouse à manches longues. Ceci aura pour effet inévitable de prolonger la vogue très grande des gants longs.

L'argent consacré à la publicité, lorsqu'il est judicieusement dépensé, constitue un placement et non pas une dépense.



TAPIS OU RUGS

La question suivante se pose de temps à autre: pour couvrir un plancher, faut-il employer du tapis ou des rugs? La solution de cette question dépend évidemment de l'état du plancher et de la préférence individuelle. Un parquet bien fait et bien poli fait ressortir avantageusement un rug, tandis qu'un plancher mal fait ou une chambre froide, triste, peut être rendue plus confortable et avoir un aspect plus meublé par l'emploi d'un tapis recouvrant tout le plancher. Un plancher couvert de rugs est supposé plus facile à entretenir propre, les rugs étant enlevés fréquemment et le plancher étant balayé et tenu dans un état sanitaire. Dans les classes aisées de la société, la collection des rugs d'Orient est devenue un passe-temps, ressemblant beaucoup à la collection des tableaux, et de hauts prix sont souvent payés pour des spécimens rares ou des chefs-d'œuvre dans cette ligne. Un rug acheté par le Metropolitan Museum de New-York a coûté \$2,500.

Un autre tissu remarquable, un rug de Perse, du seizième siècle, offert au musée par A. S. Cochrane, coûterait probablement beaucoup plus. On dit quelquefois qu'un véritable rug d'Orient date du temps de Salomon, mais c'est probablement à tort, car l'âge d'or de la manufacture des rugs était à peu près à l'époque du règne de la reine Elizabeth d'Angleterre. Une grande partie des tapis d'Orient importés en Amérique, sont, dit-on, des tapis de Perse, bien que beaucoup proviennent du Caucase, de l'Inde et d'autres pays voisins. Les tapis de Turquie ne sont pas aussi estimés des connaisseurs, à cause de leurs dessins géométriques. On peut distinguer ceux faits à la main de ceux faits à la machine par le dessin montrant le fond dans les nœuds, par la frange et par l'effet grisâtre à la surface. Les anciens sont naturellement plus désirables que le produit moderne et, pour satisfaire cette fantaisie, les rugs de fabrication nouvelle sont parfois lavés dans des produits chimiques pour faire passer leur fraîcheur. Une raison pour laquelle les anciens rugs ont plus de valeur est que tous ces rugs étaient colorés par des teintures végétales indigènes, qui conservent leur teinte riche indéfiniment, tandis qu'aujourd'hui on emploie des teintures à l'aniline provenant d'Occident. Ces teintures sont commodes, mais sont considérées comme inférieures à un point de vue artistique.

1909 PRINTEMPS 1909

NOUS désirons attirer d'une manière spéciale l'attention des marchands sur les hautes nouveautés que nous offrons pour la saison nouvelle. Des placements faits en temps opportun assurent pour tous un choix exceptionnel aux prix les plus modérés.

Dentelles

Duchesse, Point de Gaze, Princesse, Point de Flandre, Point de Venise, Cluny.

ASSORTIMENT DES PLUS RECHERCHÉS

Torchon, Guipure suisse et orientale, Chantilly, Valenciennes, Etc.

ROBES ET BLOUSES: Choix varié des plus récentes créations.

Rubans

Taffetas, Duchesse, dans toutes les qualités et les largeurs.

Soieries

Notre rayon de soieries offre un attrait tout particulier à cause des tissus riches et élégants qui y sont exposés :

Crêpe de Chine, Crêpe Météor, Satin Duchesse Mousseline, Moirette de Soie, Etc.

Variété de nuances les plus flatteuses et les plus nouvelles.

Boas.

Cet article si populaire dans le passé aura, cette saison, une vogue encore plus grande, surtout dans les genres collier et étole.

Nous faisons voir les modèles les plus nouveaux en boas de plume d'autruche, et de marabout.



REVILLON FRÈRES, LIMITÉE

134 RUE MCGILL

PARIS

MONTRÉAL

NEW YORK

LONDRES

PROGRES DE LA FABRICATION DU LINOLEUM

Le linoléum inerusté fait de rapides progrès dans la faveur publique. Il est plus coûteux, car les couleurs ne sont pas simplement imprimées à la surface, mais pénètrent dans toute l'épaisseur. A l'origine, ce genre de linoléum était fait d'après un modèle découpé. Le maître-ouvrier, qui était placé sur un fond en toile grise, était un mélange d'huile de lin oxydée et de liège pulvérisé; à ce mélange on ajoutait la couleur voulue. Au moyen d'un gabarit, les couleurs noires d'un modèle pénétraient jusqu'à la toile; ensuite, on y mettait les couleurs rouges et ainsi de suite; puis quand le dessin était complet, le tout était soumis à la compression dans une presse hydraulique, puis séché. Ce système n'est plus employé, mais un nouveau procédé a été adopté, par lequel chaque couleur est manufacturée en feuilles. Une feuille passe dans un cylindre muni de couteaux qui découpent les parties de la couleur voulue pour faire le dessin, et la machine dépose ces parties sur la toile aux endroits appropriés.

Chaque couleur est traitée successivement de cette manière et quand elles ont toutes été posées, le tout est soumis à une forte pression. L'avantage de ce nouveau système est que les lignes de division entre les diverses couleurs sont beaucoup plus distinctes aux points de jonction. La machine employée avec ce système est très compliquée; elle a une hauteur d'environ 120 pieds, tandis que la machine proprement dite a près de 110 pieds de hauteur; la bâtisse et l'outillage coûtent environ \$340,655, et il y a une quinzaine d'escaliers en acier construits dans la machine.



La maison Garneau, Limitée, de Québec, offre au commerce une quantité d'articles de nouveautés, entre autres les serges et les vicunas de la marque "Sphinx". Les commerçants trouveront aussi dans cette maison un vaste assortiment de tweeds, draps, rideaux, tapis, prélaris, linoléums, etc. Une visite à la salle d'échantillon de cette maison à Montréal est sollicitée.

Nous attirons l'attention sur nos nouvelles formes de blouses provenant directement des marchés américains. Nous avons un assortiment de tissus pour blouses plus considérable que jamais auparavant pour le commencement du printemps. Les prix varient de \$9 à \$48 la douzaine.

Canada Neckwear, Limited,

MM. Reid & Porter, représentants, 230 rue McGill, angle de la rue Notre-Dame.



La Galt Knitting Co., Limited, qui manufacture les sous-vêtements et les vêtements Elderdown de la marque Tiger, bien connue, a mis sur le marché, pour l'automne 1909, un assortiment très grand et très varié de toutes les lignes de sous-vêtements demandées par tous les détaillants. Cette Compagnie a ajouté à ses lignes pesantes des marchandises de pesanteurs moyenne et légère pour le commerce du printemps et de l'automne. Avec l'établissement le plus moderne au Canada pour la manufacture des sous-vêtements, ses lignes devraient continuer à maintenir la popularité qu'elles méritent si bien.

L'année dernière, il y a eu un progrès dans la beauté des dessins et la qualité des tissus manufacturés par la Hewson Woolen Mills, Amherst, N.-E. Peu de worsteds importés pour costumes peuvent être comparés maintenant à ceux qui sont manufacturés par cet établissement entreprenant, en exécution d'ordres considérables pour le printemps, ordres qui ont été placés par les tailleurs en fins vêtements de tout le Canada.

Pour les tweeds et les fins lainages de toutes sortes pour l'été, les Hewsons sont reconnus comme leaders parmi les fabricants Canadiens.

Le président de la Compagnie, M. H. L. Hewson, vient d'arriver d'un voyage en Grande-Bretagne, où il a étudié avec soin les nouveaux perfectionnements et les nouvelles idées concernant les draps et les marchandises tricotées. Une nouvelle machinerie achetée dans ce pays est maintenant en route pour la manufacture.

Nous apprenons que plusieurs dessins uniques et beaux en vêtements tricotés, kimonas, etc., pour dames seront compris dans les nouveaux échantillons d'automne qui seront entre les mains d'environ trente voyageurs de commerce le bonne heure dans la nouvelle année.

Les sous-vêtements irrétrécissables de Hewson pour hommes forment une ligne d'articles en laine de Nouvelle-Ecosse très recherchée par les marchands qui désirent avoir une bonne valeur.

En passant en revue les affaires de la saison, MM. Mathews, Towers & Company, de Montréal, en expriment leur satisfaction; ils se montrent également satisfaits des perspectives du commerce du printemps. Ainsi qu'ils l'expliquent à notre représentant, comme ils font de fortes affaires dans chaque section du Canada, ils sont à même de juger des conditions avec plus d'exactitude que des maisons dont le commerce est local. Ils disent qu'ils ont l'intention d'augmenter leurs affaires dans la province de Québec, où se trouve leur maison mère et d'avoir un assortiment de marchandises reconnues comme convenant le mieux à la clientèle de cette province.

Leur devise est toujours la suivante: "Un prix unique pour tous". Ces messieurs pensent que c'est à elle que sont dues l'augmentation constante de leurs affaires et la confiance qu'ont en eux leurs nombreux clients.



L'INDUSTRIE DE LA DENTELLE

En 1907, les Etats-Unis ont consommé pour plus de \$6,000,000 de dentelle; la valeur de la dentelle importée s'élevait à 90 pour cent de cette somme. En vue d'augmenter la production domestique, le Bureau des Manufactures a envoyé à l'étranger un de ses agents spéciaux et en plus de son rapport, s'est fait envoyer des rapports spéciaux par les consuls des Etats-Unis détachés dans les divers centres de l'industrie de la dentelle.

Ces rapports indiquent que le principal obstacle au développement de l'industrie en Amérique est la question des salaires, qui sont trois ou quatre fois plus élevés que dans d'autres pays.

Les rapports indiquent aussi que les Etats-Unis perdent rapidement du terrain dans l'exportation des articles en coton manufacturés, ce qui est dû à la concurrence qui leur est faite par les pays où la main-d'œuvre est à bon marché.

Canada Neckwear, Limited.

MM. Reid & Porter, 230 rue McGill, Montréal, offrent une ligne spéciale de cravates Durby, de deux pouces de largeur, en soie Barathia unie et à motif, comprenant vingt-cinq nuances les plus à la mode, au prix spécial net de \$2.15 par douzaine. Cette cravate est un bon article de vente à cinquante cents. Ce sont les seuls manufacturiers Canadiens qui puissent offrir cette cravate à ce prix spécial. Envoyez-nous par la maille un ordre d'assortiment et nous vous convaincront.



LE RETOUR DU SATEEN

La saison du printemps 1909 sera témoin du retour d'un ancien favori dans les cotonnades pour robes—le sateen. Ce tissu est rentré en faveur en partie à cause de la vogue croissante pour les étoffes imprimées, mais plus spécialement à cause de la vogue des tissus à surface satinée. Les shantung en coton sont une nouveauté.

Les crêpes en coton blanc ont atteint facilement la première place comme tissu nouveauté. Ils ont été adoptés très généralement par les détaillants et les manufacturiers de vêtements de femmes, car ces crêpes se prêtent au style actuel de robes à effets souples.

M. H. L. Perchard qui a été récemment nommé à la charge importante de chef du département des ventes de la



**La Marque de Qualité
Parapluies
et Ombrelles de Fantaisie.**

Nos voyageurs sont maintenant en route avec un assortiment complet de parapluies et d'ombrelles de fantaisie, pour la saison prochaine.

Cet assortiment comprend une grande variété d'effets Dresden et de couleurs unies, à des prix qui n'ont jamais été offerts au commerce auparavant.

Attendez et voyez nos échantillons avant de placer votre ordre.

LES MARCHANDISES FERONT LE RESTE.

The Brophy Umbrella Co.

TORONTO.

Représentée par J. F. H. Wallace,
Edifice Coristine, Montréal.

PAQUES 1909.

Essayez, cette Saison,

LES GANTS DE PEAU DE PEWNY

VOICI LA MARQUE DE COMMERCE

This Brand in a Glove
Insures



Chaque
Paire
Est
Garantie

Style
Parfait
et
Ajustage
Parfait

GOOD FIT GOOD STYLE
GOOD WEAR

**GREENSHIELDS LIMITED
MONTREAL.**

**L. HIRSHSON & CO.
MONTREAL.**

La Maison pour les
Marchandises Sèches
Générales, les Mar-
chandises de Fantaisie,
les Lainages et les
Garnitures pour Tail-
leurs.

Tél. Main 2715 248 rue Notre-Dame Ouest

Nous souhaitons au commerce
une Nouvelle Année Prospère.

SOIERIES

POUR

Le Printemps 1909

Nous offrons un assortiment complet
comprenant les articles suivants :

- | | |
|-------------|----------------------------|
| Satins, | Taffetas Japonais, |
| Messalines, | Habutai, |
| Taffetas, | Pongée Honan, |
| Tamalines, | Shantings, |
| Louisines, | en couleurs et au naturel. |
| Ottoman, | Tussors, |
| Bengaliqes, | etc., etc., etc. |

Couleurs et Styles les plus nouveaux.

Attention spéciale donnée
aux ordres par la malle.

**K. ISHIKAWA & CO.
TORONTO.**

Mount Royal Spinning Co., Ltd., est une des personnalités les plus connues dans le commerce des cotonnades à Montréal. Engagé depuis une vingtaine d'années dans cette ligne, il a occupé des positions importantes dans la Dominion Cotton Mills Co., la Colonial Bleaching & Printing Co., et, en dernier lieu, à la Dominion Textile Co., Ltd.

La Mount Royal Spinning Co. aurait pu difficilement faire un meilleur choix. Il est certain que M. H. L. Perchard saura communiquer à son personnel, l'entrain et l'activité dont il est doué et que les ventes de la Compagnie s'en ressentiront heureusement.

LA MANUFACTURE DE LA MOUNT ROYAL SPINNING CO.

L'établissement de la Mount Royal Spinning Co., à la Côte St-Paul, Montréal, une des nouvelles Compagnies de

propre atelier de machines et de charpenterie.

Ces bâtisses sont toutes terminées et toute la machinerie est à peu près installée. La filature fournit déjà du coton gris et tout fonctionne à la perfection.

Le terrain a été défoncé et les fondations sont commencées pour les nouvelles bâtisses qui seront connues sous le nom de blanchisserie et d'atelier d'impression respectivement. Ces bâtisses seront à angle droit avec la manufacture de coton et auront chacune deux étages de 16 pieds de haut, comme dimensions, chacune aura 300 x 78 pieds et elles seront reliées par des passages.

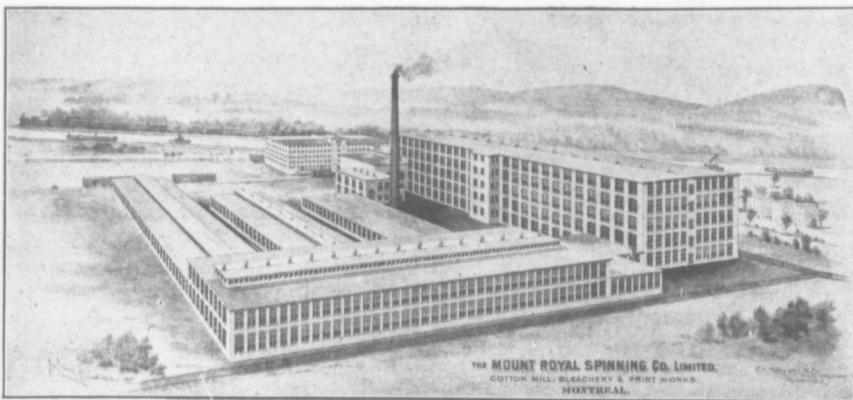
Grâce à la courtoisie de M. Jas. Dolphin, le surintendant qui a une expérience universelle dans la manufacture du coton et de M. H. L. Perchard, le gérant des ventes, qui a un bureau temporaire dans l'édifice Mark Fisher et qui, en mars prochain s'installera dans la bâtisse de la Banque des Townships de l'Est, à Montréal, un représentant de "Tissus & Nouveautés" a pu visiter la manufacture.

et à leur sortie n'en font qu'un. Ensuite le coton est rendu encore plus fin en le faisant passer sur des bobines et des machines intermédiaires. Puis il est transporté à la chambre des mule-jenny qui est sans aucun doute la partie la plus importante de toute filature de coton. Là les merveilleuses machines à filer filent le coton et produisent ce qui est connu sous le nom de bobines, employées pour la trame.

Montant au sommet de l'édifice, au cinquième étage, on voit l'autre partie de la manufacture où le coton est apprêté pour les chaînes; il passe là par différents procédés, tels que la mise sur bobines, la mise en chaîne, etc.

Maintenant tout est prêt pour le tissage et les deux étages inférieurs de l'établissement sont consacrés à cette opération, la production du tissu a lieu avec une célérité remarquable à mesure que la navette fait passer les fils de trame entre les fils de chaîne.

La Mount Royal Spinning Co. n'a pas seulement un établissement splendide qui est un honneur pour le Canada, établis-



Production du coton gris

coton du Canada, est décrit non seulement comme le plus complet, mais comme le plus grand établissement individuel au Canada, sans comprendre les bâtisses additionnelles. Une visite à l'établissement par quelqu'un connaissant bien la filature de coton Canadienne vient justifier ce que nous venons de dire.

Les dimensions de l'établissement proprement dit sont intéressantes. Sa longueur est de 312 pieds, sa largeur de 134 pieds et il comprend cinq étages de 16 pieds de haut. En outre le personnel de bureau et de direction occupe un bâtiment de 80 x 47 pieds d'une hauteur de deux étages. Une autre construction connue sous le nom de "picker building" a trois étages et mesure 140 x 48 pieds; cette construction est à 50 pieds du bureau et y est reliée par un passage. L'entrepôt est à angle droit; il est élevé de 5 étages et ses dimensions sont de 250 x 80 pieds; de plus, il y a la grande salle des machines et des bouilloires et la remarquable cheminée de 175 pieds de hauteur avec un canal intérieur de huit pieds. L'établissement possède aussi son

La manufacture a une capacité de 50,000 brochets et 1,200 méters et jusqu'ici le produit du coton gris qui, dans ces dernières années n'était pas abondant. Les bâtisses sont toutes du type de construction de manufacture Canadienne et contiennent toutes les commodités modernes connues de l'industrie cotonnière.

La salle des bouilloires a été d'abord inspectée; là ce qu'il y a de plus frappant, c'est la roue de commande principale, dont le diamètre est de 20 pieds. La machinerie dans cette bâtisse comprend la machine à vapeur construite par C. et G. Cooper, Mount Vernon, Ohio, et des bouilloires Babcock & Wilcox.

Au commencement du procédé de manufacture, le coton brut est d'abord étiré dans la "picker building" où d'énormes machines lui font subir un procédé de nettoyage.

Ensuite le coton passe à la salle de cardage au troisième étage, où le coton subit graduellement un procédé de finissage; six torons entrent dans la machi-

nement du meilleur type de construction de manufacture et contenant la machinerie la plus moderne, mais cette Compagnie a aussi un imposant bureau de directeurs comprenant les personnes suivantes:

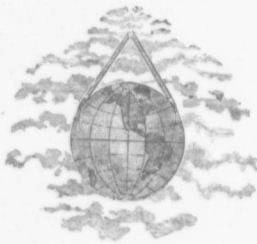
Wm. C. McIntyre, président; J. W. Pike, vice-président; W. T. Whitehead, directeur général; W. S. Barber, secrétaire-trésorier; B. Tooke, A. Racine, F. W. Moison, T. R. Hodgson, C. W. Trenholme, J. H. Burland.

Nous avons en mains toutes les grandes dans nos sous-vêtements à mailles, pesants légers, que nous cotons \$4.50 par douzaine, à notre bureau de Montréal.

Canada Neckwear, Limited.

MM. Reid & Porter, représentants, 230 rue McGill, angle de la rue Notre-Dame.

Un marchand n'a absolument rien à faire avec un procès, quel qu'il soit. Les seuls qui tirent profit des procès sont les avocats.



Désirez-vous augmenter vos profits et vos ventes de bretelles, cette année?—

Le seul moyen sûr de le faire est de voir le voyageur de la Globe Suspender Co. avant de placer votre ordre; il vous montrera quelques modèles jolis et à la mode, qui attirent la clientèle.

Nous sommes aussi les seuls manufacturiers canadiens de la Bretelle Gamble Shoulder, la seule bretelle reconnue qui redresse les personnes déformées. ¶Demandez à voir les faux-cols et les manchettes Boniface; ils sont garantis ne pas se déchirer et ne pas jaunir.

Donnez-nous un essai et nous sommes sûrs que vous continuerez à être nos amis.

GLOBE SUSPENDER CO.
ROCK ISLAND, QUE.

J. A. OUMET, 366 rue St-Paul, Montréal.

L. O. PAQUET, 70 rue Church, Québec.



NOUS ouvrirons, le 15 Février prochain, nos Salons pour le montage des chapeaux modèles, et nous invitons tout spécialement nos clientes et le commerce en générale à venir profiter de ce grand avantage et à copier des modèles pour leur compte, à partir de cette date jusqu'au jour de notre ouverture, qui aura lieu le 1er mars prochain.

J. M. ORKIN & CIE

**214, rue Notre Dame Ouest
Montréal**

**ASSOCIATION DES MARCHANDS DE
NOUVEAUTES EN GROS DE
MONTREAL**

L'Association des Marchands de Nouveautés en Gros de Montréal, a tenu dernièrement son assemblée annuelle au Board of Trade. M. R. A. Brock, président, a présenté aux membres présents

permettre aux marchands en gros résidant dans les diverses parties du Dominion de s'entendre sur les questions offrant un intérêt commun.

On rappela qu'une résolution avait été présentée à M. H. B. Ames, M. P., au sujet du règlement des fraudes par la Douane. La publicité, fut-il dit, empêcherait le gouvernement d'agir.

tion) et cela avec tant de succès que le règlement ne devint pas loi.

L'Association procéda ensuite à l'élection de ses officiers, qui eut les résultats suivants: président, M. R. A. Brock, de la maison W. R. Brock Co., Ltd.; vice-président; M. Thos. Brophy, de la maison Brophy, Cairns, Ltd., trésorier; M. Robert Henderson, de la maison Robert



son rapport pour l'année 1908, lequel fut adopté à l'unanimité; puis le trésorier de l'Association, M. Robert Henderson, présenta l'état financier de la société pour la même année.

Le président fit allusion au mouvement qui a lieu en faveur d'une Association des Marchands de Nouveautés en Gros du Dominion, et déclara que cette Association sera bientôt formée, afin de

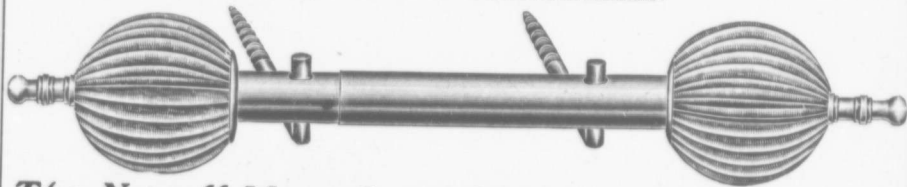
On parla également du traité franco-canadien, qui n'a pas encore reçu la sanction du sénat français.

Les membres de l'Association discutèrent le fait que l'Association des Marchands de Nouveautés en Gros de Montréal s'était unie aux marchands détaillants du Canada pour s'opposer à un règlement intitulé "An Act respecting Co-operation" (Acte concernant la coopéra-

Henderson & Co.; directeurs, MM. Jas. Gardner, de la maison Hodgson, Sumner & Co., Ltd.; R. W. Macdonald, de la maison Gault Bros. Co., Ltd.; A. Racine, Jr., de la maison Alphonse Racine & Cie; R. M. Smyth, de la maison H. L. Smyth & Co.

M. Wm. Agnew fut mis en nomination à l'unanimité pour une seconde année au Conseil du Board of Trade.

Dans aucune circonstance ne faites une commande de Baguettes à Extension, de Bouts de Pole ou de Quincaillerie pour Tapissiers sans nous écrire d'abord pour avoir nos prix. — Pourquoi payer des droits, quand vous pouvez acheter à des MANUFACTURIERS CANADIENS ?



The Newell Manufacturing Co., - Prescott, Ont.

 * **DUFTONS LIMITED** *
 * * * * *
 * **LAINAGES** *
 * * * * *
 * Tweeds et Friezes Doubles et a Torsion *
 * * * * *
 * STRATFORD, - ONT. *

A. O. MORIN & CIE
 Importateurs en Gros
 de Nouveautés : : :
 8 RUE STE-HELENE - MONTREAL

 Bas et Chaussettes Importés ainsi que de
 Notre Propre Fabrication. Spécialité de Bro-
 deries et Dentelles de toutes provenances.

 Nous recevons constamment de nouveaux dessins et nous
 sommes, par conséquent, en mesure d'offrir les dernières créations.
 VOYEZ LES ECHANTILLONS DE NOS VOYAGEURS

MARQUE HEALTH

Voyez les échantillons, particulière-
 ment ceux des Corps Ruben's et
 Brownie.

La Marque Health couvre les lignes
 suivantes : COMBINAISONS pour
 Dames, Jeunes Filles et Enfants,
 CORPS pour Dames, Jeunes Filles et
 Enfants, CÂCHE-CORSET, MAIL-
 LOTS NOIRS.

Placez vos ordres maintenant pour
 vous assurer une prompte livraison.

Distributeurs en Gros :
Greenshields Limited
 MONTREAL.

Pen **Angle**

**Sous-Vêtements
 Pen-Angle.**

Il y a encore quelque marchands qui sont
 "si aveugles qu'ils ne veulent pas voir"
 qu'il est de leur avantage de mettre en
 stock les sous-vêtements qui ont le plus
 fort record de vente au Canada, c'est-à-dire
 les Sous-Vêtements Pen Angle. Faites-
 vous votre devoir vis-à-vis des Sous-Vête-
 ments Pen-Angle ?

PENMANS, LIMITED,
 Paris, Canada.

ELECTIONS DE LA CHAMBRE DE
COMMERCE

Elections et nominations

Mercredi, le 20 courant, a eu lieu une assemblée spéciale, générale, de la Chambre de Commerce, pour procéder à la mise en nomination des membres du Conseil.

N. Beaudry, Hon. T. Berthiaume, Paul Leduc, H. Barcelou, J. P. H. Saucier, E. D. Marceau, J. O. Labrègue, L. J. Tardie, Ludger Gravel, E. Daoust, Nap. Tétraut, E. Martin, O. S. Perreault, Dr Huguenin, Alex. Prud'homme, R. Tourville, Jos. Thibault, A. D. Joubert, J. T. Marchand, A. N. Brodeur, L. Z. Gauthier, A. H. Hardy, W. E. Boivin, G. Gonthier, J. A. Vaillancourt, J. O. Déziel, C. W.

Fortier et Bourbonnière adressèrent également quelques mots de remerciement.

Le dix février, à une assemblée générale, les noms des candidats élus seront proclamés. Le président y exposera aussi son discours-programme.

M. Masson, le président de l'organisation des dîners-causeries, a annoncé que la prochaine de ces fêtes aurait lieu le 3 février, et a beaucoup insisté pour que



Les officiers ont été réélus par acclamation, ce sont: M. I. Préfontaine, président; M. A. V. Roy, 1er vice-président; M. F. C. Larivière, 2e vice-président; M. Jos. Fortier, trésorier; M. F. Bourbonnière, secrétaire.

Voici la liste des membres qui ont été présentés comme candidats au Conseil, qui est formé de 20 membres:

MM. Armand Chaput, S. D. Vallières,

Harris, J. W. Harris, U. H. Dandurand.

M. I. Préfontaine en quelques mots bien appropriés remercia les membres de s'être rendus, aussi nombreux à la réunion, et les assura de son entière gratitude, en retour de la nouvelle marque de confiance qui venait de lui être accordée en le réélisant président de la Chambre de Commerce.

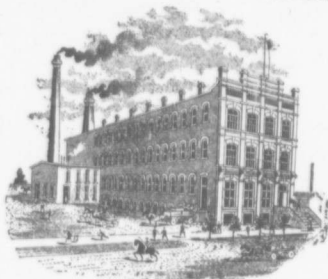
MM. A. V. Roy, F. C. Larivière, Jos.

le plus grand nombre des membres y assistent.

Le président, M. I. Préfontaine, en profita pour faire observer qu'au cours de son voyage en Europe il lui a été donné d'assister à bon nombre de ce genre de réunions, mais que nulle part il n'avait vu régner, autant qu'aux dîners de la Chambre, l'entente, la camaraderie et le joyeux entrain.

J. Y. SHANTZ

D. B. SHANTZ



MANUFACTURIERS DE

Belles Lignes de Boutons

IVOIRE, CORNE, NACRE, PEARLETTE.

Toutes les principales maisons de gros du Canada tiennent nos marchandises, ainsi que les principales maisons de boutons des Etats-Unis, qui reconnaissent nos marchandises comme les meilleures qui soient manufacturées sur le continent.

The Jacob Y. Shantz & Son Co., Ltd.
BERLIN, ONTARIO.

Manufactures: BERLIN, Ont., BUFFALO, N. Y.
Magasin: CHICAGO, ILL.

St. George



UNSHRINKABLE
UNDERWEAR FOR MEN

Sous-Vêtements pour Hommes,
Marque St-George,

faits en Diverses Pesanteurs et Textures.

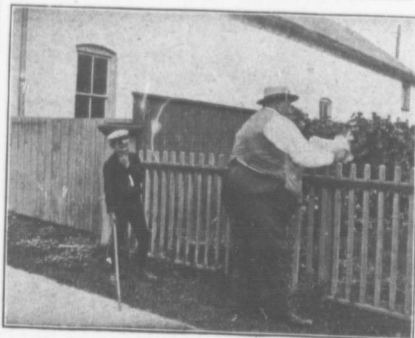
WOOLNAP
(POUR CHALEUR EXTRA)

porte aussi la marque de commerce St-George
pour votre protection et pour la nôtre.

PRINTEMPS 1909

Illustrations pour
Catalogues,
Livres, Circulaires
et Publicité
de toute espèce. . .

En-Tête de Lettres
Coins
d'Enveloppes,
Cartes d'Affaires,
Etc.



Nous faisons :
Dessins, Gravures,
Electrotypes,
Stéréotypes,
Gravures sur
Plaques pour
Cartes,
Impressions et
Reliefs.

DO IT NOW...

THE STANDARD ENGRAVING CO.,
EDIFICE DESBARATS, MONTREAL

JAQUETTE (Walking Coat) A DEUX BOUTONS
Mesures

Mesure à l'aisselle	9	pouces.
Longueur à la taille	16½	"
Longueur à la taille de façon 18½	"	"
Longueur totale	36	"
1 ^e mesure d'épaule	17	"
2 ^e mesure d'épaule	17	"
Mesure d'omoplate	12½	"
Poitrine	36	"
Taille	32	"

Menez à angle droit la ligne A E et A T.
De A à B, mesure à l'aisselle, plus 3-8 pouce.

De A à C, 16 1-2 pouces.

De A à D, 18 1-2 pouces.

De A à E, 36 pouces.

Le point F est à mi-distance entre A et B.

Le point G est à mi-distance entre A et F.

Aux points G, F, B, C, D, E, menez des perpendiculaires à la ligne A E.

De A à H, 1 pouce.

Menez la ligne A H et abaissez la perpendiculaire.

De I à J, 18 pouces.

De J à K, 2 pouces.

De K à L, 1 1-2 pouce.

Au point K, élevez la perpendiculaire.

Le point L est à mi-distance entre I et J.

De L à M, 3 1-2 pouces.

Au point B, abaissez la perpendiculaire M N.

Appliquez la mesure d'omoplate, 12 1-2 pouces, de I à M, et élevez la perpendiculaire.

Le point P est à mi-distance entre I et M.

De P à Q, 1 1-4 pouce.

Au point Q, élevez la perpendiculaire Q S.

De S à V, 1-6 de la poitrine.

De H à X, 1-8 de la poitrine.

Au point X, abaissez la perpendiculaire.

De A à T, 1-6 de la poitrine.

De T à U, 5-8 pouce.

Tirez la ligne U S.

De S à W, 1-4 pouce.

Formez le dos tel qu'indiqué.

De 7 à 10, 1 1-4 pouce.

Au point 10, abaissez la perpendiculaire

De V à 22, 3-8 pouce.

De 10 à 9, 1-4 de la poitrine.

De X à 19, décrivez une courbe ayant le point V comme centre.

Formez le corps de côté tel qu'indiqué.

De N à Y, 1-2 de la taille.

Au point Y, abaissez la perpendiculaire Y-23.

De 23 à 5, 1-6 de la poitrine.

Tirez la ligne 5-12.

Le point Z est à mi-distance entre N et Y.

Le point I est à mi-distance entre M et K.

Tirez la ligne Z-1-2.

De A à U et de M à 2, première mesure d'épaule, plus 3-4 pouce.
Tirez la ligne 2-G.

De 2 à 3, 3-8 pouce de moins que de U à W.

Le point 3 est à 3-8 pouce au-dessous de la ligne de poitrine.

Formez l'épaule et l'entourure du bras.
Au point 2, menez la perpendiculaire 2-4.

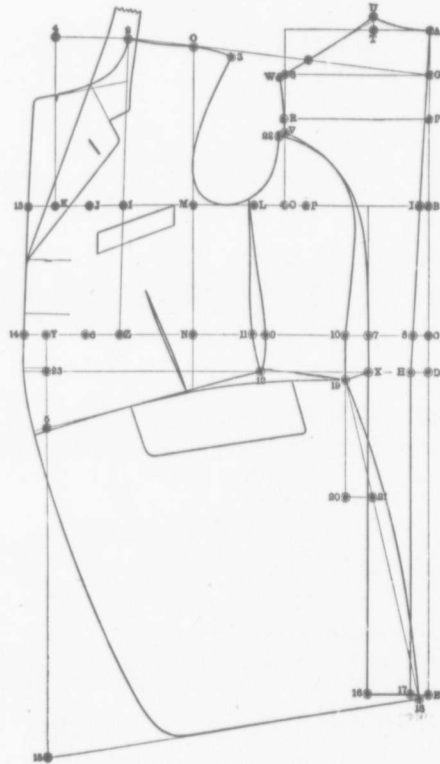
Tirez la ligne 10-21-18.

De 19 à 18, 1-2 pouce de plus que de X à 16.

De 5 à 15, même distance que de 10 à 18.

Le point 12 est à 5-8 pouce au-dessous de la ligne de taille.

Formez le dessus des basques de 19 à 12 en réduisant de 1-4 pouce au point 5 et finissez.



Placez la gorge à 1-6 à partir de 4 et 1-8 à partir de 2.

De Y à 14, 1 1-4 pouce.

De 14 à 6, 3 1-2 pouces.

De 9 à 10, de 7 à 8 et de 6 à 11, mesure de taille.

Formez la gorge à partir du bord et le côté du devant.

Basques

Abaissez la perpendiculaire 10-22 dont la longueur est 9 pouces.

De 20 à 21, 1 1-2 pouce.

L'ENTENTE DANS L'INDUSTRIE COTONNIERE

On avait conçu l'espoir que les producteurs américains finiraient par adhérer à l'Union internationale des fabricants. Cet espoir vient d'être anéanti. L'association américaine conserve son indépendance; elle ne refusera cependant pas, le cas échéant et pour des espaces pratiques, de prendre l'avis de l'Union internationale. En étendant la culture du coton dans leurs colonies, les fabricants européens ont perdu les sympathies de leurs collègues yankees.

CANADA NECKWEAR LIMITED

Manufacturiers d'Articles de Cou, Blouses
de Fantaisie et Sous-Vêtements

PURPLE SEAL

Nos nouveaux échantillons pour le printemps sont entre les mains de nos représentants. On trouvera un stock complet de ces échantillons dans notre bureau de Montréal.

Une visite est sollicitée. Prix envoyés sur demande.

REID & PORTER, 230, RUE MCGILL
(Angle de la rue Notre-Dame)
MONTREAL

Marque Oxford

M. LE MARCHAND :

Si vous n'avez pas demandé aux voyageurs de commerce de vous montrer des échantillons du **SOUS-VETEMENT D'ETE "OXFORD"** pour Dames et enfants, faites-le maintenant, cela vous paiera.

Nous excellons comme

**FINESSE DE MATERIEL,
FINISSAGE,
BLANCHIMENT,
LIVRAISONS.**

Notre manufacture fonctionne tout le long de l'année, produisant exclusivement des marchandises Suisses d'Eté pour Dames et Enfants, et nous pouvons expédier des commandes de renouvellement en tout temps durant la saison.

Essayez-nous.

The

OXFORD KNITTING CO.

WOODSTOCK

Limited

ONTARIO



"La Marque Maple Leaf"

de Bonneterie et de Mitaines

*"La Marque qui a soutenu
l'épreuve du temps."*

**Vente directe au commerce.
Voyez les Echantillons 1909.**

Goderich Knitting Co.

Goderich, Ont.

LIMITED

MANTEAU DE VOITURE CROISE

Mesures

Mesure à l'aisselle	95% pces.
Longueur à la taille	17 "
Longueur totale	45 "
1 ^e mesure d'épaule	12½ "
2 ^e mesure d'épaule	17¾ "
Mesure d'omoplate	13 "
Poitrine	38 "
Taille	34 "

Ajoutez 4 pouces aux mesures de poitrine et de taille et 1 pouce à la mesure d'omoplate.

Au point A, menez deux lignes à angle droit.

De A à E, mesure à l'aisselle, plus 3-8 pouce.

De B à C, 3-4 pouce.

De A à D, longueur à la taille plus 1 pce.

De A à E, longueur totale 45 pouces.

Le point F est à mi-distance entre A et C.

Le point G est à mi-distance entre A et F.

Aux points G, F, B, C, D, E, menez des perpendiculaires à la ligne AE.

De D à H, 1-2 pouce.

Tirez la ligne F-H-18.

Au point 18, menez la perpendiculaire à la ligne du centre.

De I à J, moitié de la poitrine.

De J à K, 2 pouces.

De K à L, 1-2 pouce.

Le point L est à mi-distance entre I et J.

De M à N, 3 1-2 pouces.

Au point N, abaissez la perpendiculaire NO.

pouce, de 1 à N, et élevez la perpendiculaire.

De 1 à N, élevez la perpendiculaire.

Le point P est à mi-distance entre 1 et N.

De P à Q, 1 1-2 pouce.

Au point 2, élevez la perpendiculaire QS.

De A à T, 1-6 de la poitrine.

De T à U, 3-4 pouce.

Tirez la ligne U S.

De S à V, 1-4 pouce.

De N à 4, 1 pouce.

De O à 1, même distance.

De O à 2, moitié de la taille. *

Le point 3 est à mi-distance entre 1 et 2.

Le point 5 est à mi-distance entre 4 et K.

Tirez la ligne 3-5-6.

De A à U et de 4 à 6, première mesure d'épaule, plus 3-4 pouce.

Tirez la ligne 6-G.

De 6 à 8, 3-8 pouce de moins que de U à V.

Formez le dos, l'épaule et l'entournure du bras.

Le point W est à l'endroit où l'entournure du bras croise la ligne de poitrine.

Au point W abaissez la perpendiculaire WX, 12 pouces.

De X à 19, 1 pouce.

De X à Y, 3 1-2 pouces.

Tirez la ligne S-W-19-16 et W Y Z.

De W à N, ajoutez 1 pouce.

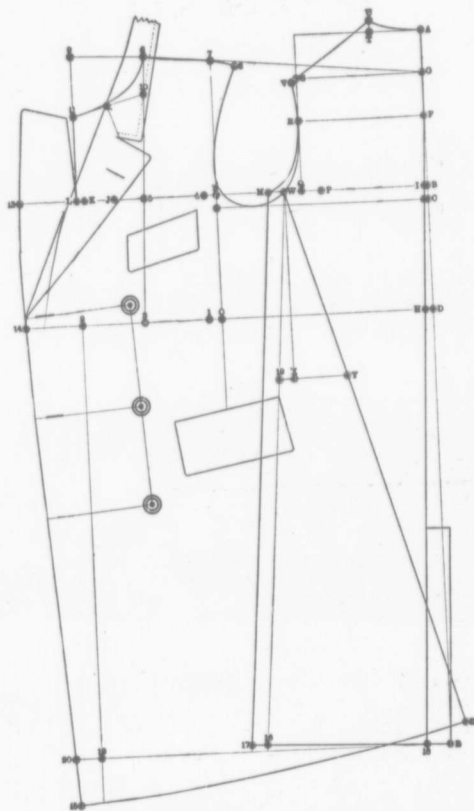
De 16 à 17, même distance.

Reformez le dos tel qu'indiqué.

Au point L, élevez la perpendiculaire et au point 6, menez la perpendiculaire

à la ligne 3-5, cela localise le point 9.

De 9 à 11, 1-6 pouce de la poitrine plus 1-2 pouce.



Découpez un V au point 11.

De L à 13, 3 3-4 pouces.

De 2 à 14, même distance.

Au point 2, abaissez la perpendiculaire.

De 12 à 20, 1 3-4 pouce.

Formez le bord du devant par la ligne 13-14-20.

De 20 à 15, 1-2 pouce de moins que le 1-6

de la poitrine.

De W à Z, même distance que de M à 17.

Formez le bord du devant et le bas de la partie avant et finissez.

LA RECOLTE SERICICOLE EN FRANCE EN 1908

Le ministre de l'Agriculture vient de publier les résultats de son enquête séricicole pour 1908. En voici les grandes lignes pour l'ensemble des 24 départements séricicoles français:

Nombre de sériciculteurs 123.804, contre 124.463 en 1907.

Quantités de graines de diverses races mises en incubation (en onces de 25 grammes): 187,073 onces, contre 188,360 en 1907.

Production totale en cocons frais obtenus de ces graines 8,409,299 kilos, contre 8,396,201 en 1907.

Rendement moyen en cocons frais d'une once de graines: 44 kilos 951, contre 44 kilos 575 en 1907.

Marque Rooster



La Meilleure

Fabrication

Envoyez des maintenant vos ordres pour

Overalls, Chemises, Pantalons,
 "Goats" Blancs, Vestes de Commis de Bar,
 "Frocks" de Bouchers, Gache - poussiere,
 Culottes de Garçonnetts, etc., etc.

ROBERT G. WILKINS,

MANUFACTURIER

23 RUE DOWD, - - - MONTREAL.

Les Tissus Harris

FONT BON EFFET

ET ONT

UNE BONNE DURÉE

EXHIBITION DES STYLES DE PRINTEMPS

☞ Votre ordre donné de bonne heure,
 ☞ Sera exécuté de bonne heure. ☞

HARRIS & CO., LIMITED
 ROCKWOOD, - - - ONT.

London: Montréal: Halifax: Winnipeg:
 J. A. IRWIN, HECTOR PRÉVOST, C. A. WOODILL, McRAE & WALKER,
 341 Princess Ave. 710 St-Hubert. Roy Building. Ashdown Block.

1909

VERRA LE

CHAPEAU ROYALTY

Plus populaire que jamais. Ne manquez pas de voir cette ligne quand notre voyageur vous rendra visite. Nos voyageurs font maintenant un voyage SPÉCIAL avec des Casquettes en Drap, "Duck Coats", Gants, Mitaines et Lignes Spéciales de Fourrures, etc., pour

L'Automne 1909

et auront le plaisir d'aller vous voir un peu plus tard avec notre assortiment complet

d'Echantillons de Fourrures.

Votre nom est-il sur notre liste? Si non, envoyez-nous une carte postale. . . .

Swift, Copland & Co., LIMITED.

*Fourrures, Chapeaux, Casquettes,
 Chapeaux de Paille, Gants,
 Mitaines, etc., en Gros.*

517-525, rue St-Paul, Montreal.

LA DESTINATION DU COTON EXPORTÉ D'ÉGYPTÉ

Faisant suite à nos indications précédentes sur l'importance de la récolte cotonnière égyptienne, nous sommes en mesure d'indiquer, dans le tableau ci-joint, les destinations cumulatives des quantités exportées du 1er septembre 1907 au 31 août 1908:

	Balles	7.65 Kantars
Angleterre et Amérique	532,054	
Allemagne et Autr.-Hongrie	113,017	
France et Espagne	96,220	
Italie et Suisse	69,237	
Russie	65,918	
Inde et Japon	21,724	
Autres pays	10,159	
Total	908,369	

Rappelons que le kantar équivaut approximativement à 98.84 livres anglaises. On voit, par les chiffres précédents, que la Grande-Bretagne, et les Etats-Unis absorbent la majeure partie des cocons égyptiens. Les Etats-Unis prennent peu sur les exportations précitées de 532,000 balles.

L'importante maison de confection de costumes et manteaux, Watt et Shapiro, 507 rue St-Paul, vient de s'assurer les services d'un nouveau voyageur de commerce fort avantageusement connu dans le monde des affaires.

M. Auguste A. Brodeur, est né à l'Ange-Gardien, comté de Rouville, le 2 jan-

vier 1860. C'est un homme dans toute la force de l'âge, courtols et franc, qui a su se créer, depuis les vingt-cinq ans qu'il demeure à Montréal, de solides et nombreuses amitiés.

Et c'est aux qualités qu'oin se plaît à



M. Auguste A. Brodeur

lui reconnaître, à son travail, qu'il obtient ses succès.

Deux années durant il a fait partie du personnel de la maison S. Carsley & Co; d'puis le même espace de temps il voyage, par tout le Canada, pour des établis-

sements commerciaux d'importance supérieure.

M. Brodeur est le frère de M. S. A. Brodeur, protonotaire de la Cour Supérieure, à Valleyfield.

Disons en terminant que le terrait qu'il aura à couvrir, pour le compte de la maison Watt & Shapiro, sera, nous en sommes certains, l'objet d'une attention spéciale; dans ce champ nouveau il mettra en jeu son activité qui, servie par un grand sens pratique des affaires, promet déjà les plus vifs succès. Et nous les lui souhaitons.

UN NOUVEAU TEXTILE

On a beaucoup entendu parler récemment de succédanés de la pulpe de bois et du papier dont l'emploi, dit-on, réduira l'épuisement rapide des forêts à bois de pulpe. Mais l'autre jour, nous avons reçu, dit "Industrial Canada", des échantillons d'un produit, dont la manufacture menace de faire de nouvelles invasions dans nos forêts. Ce produit connu sous le nom de "Wood Pulp Yarn" (Filé de Pulpe de Bois) est beaucoup employé en Europe, nous dit-on, à la place des filés ordinaires, dans la manufacture des tapis, rugs, vêtements, sacs, cordages, etc. Sa production revient à 25 de cent environ par livre, et la machinerie nécessaire pour produire 5,000 livres par jour coûte \$5,000. Le procédé est breveté et déjà des brevets ont été vendus dans tous les pays d'Europe, sauf la France, à un prix moyen de \$15,000. Ces brevets sont of-

LABROUSSE & CIE

A. F. BEC, Prop.

GANTERIE DE LUXE

EN GROS

London. Head Office 35-37 Noble str. E.C.

PARIS, GRENOBLE, FRAGUE, GLASGOW
MANCHESTER, MONTREAL

Quand vous avez besoin d'eau, vous allez à la fontaine. Si vous voulez être servi en confiance en ganterie, voyez notre représentant Canadien,

M. Harold Z. WATSON

6 rue St-Sacrement - Montréal

Nous sommes spécialistes depuis 35 ans.
Maison Française et entièrement de confiance.
Pour être mieux servi, c'est impossible!

Bas, Chaussettes et "Stoekinettes"

faits au moyen des meilleurs Fils anglais et domestiques.

Les marchandises ayant la durée absolument la meilleure sur le marché.

Forte "Stockinette"

faite au moyen de LAINE PURE à Fil double, pour garçons.

ACHETEZ directement et épargnez de l'argent. Procurez-vous échantillons et prix.

W. J. PARKS, Manufacturier

ST. JOHN, N. B.

OUATE EN PAQUETS

Garantie exempte de fils et d'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. Fabriquée avec du bon coton pur, pas de déchets. Demandez la Ouate en paquets "North Star, Crescent et Pearl."

ROBERT HENDERSON & CO.,
MONTREAL.

JAMES STANBURY & CO., - TORONTO
Agents de Vente.

Au sujet de la ligne du Printemps.

Un Acheteur de Vêtements de Montréal, réputé comme un des meilleurs dans sa ligne au Canada, examina, il y a quelques jours, notre ligne de Printemps de Costumes pour Dames et Jeunes Filles. Voici ce qu'il en dit d'une manière concise: "J'ai vu des lignes Canadiennes, examiné ce qui se fait à New-York, et vous avez les styles les plus jolis et les tissus les plus choisis que j'aie jamais vus. Vos effets Empire modifiés ont de la distinction."

Pouvons-nous avoir votre opinion?

WATT & SHAPIRO MFG. CO.
507 RUE ST. PAUL, MONTREAL.

Hamilton Cotton Co.,

HAMILTON

Marque "STAR"

Rideaux en Chenille, Portières et Tapis de Table.
Tapis de Table de Fantaisie et Unis, dans les grandeurs suivantes:

44, 64, 84, 10.4, 12.4,

Rideaux et Portières dans les largeurs suivantes:

32," 34," 36," 40," 44," 48," 66," 72,"

et dans tous les longueurs désirées.

Marque "IMPERIAL"

Une qualité de Rideaux Unis et Pesants, ayant une apparence très riche.
Nouvelles Teintes et Nouveaux Dessins pour le Commerce du Printemps.

AGENT POUR LA VENTE:

W. B. STEWART, 11 RUE FRONT
TORONTO, ONT.

fers pour \$8,000 avec une jouissance de quinze ans aux manufacturiers Canadiens qui s'intéressent à ce produit.

Notre correspondant déclare que la sorte de pulpe dont le filé est fait importe peu et que ce filé peut être employé à tous les usages auxquels sert le filé ordinaire. A en juger d'après les échantillons qui nous ont été envoyés, le filé peut être teint très facilement et employé dans des tissus variés.

DECES

Le mois dernier, M. J. B. Sicard, représentant de la maison Greenshields, Limited, a eu la douleur de perdre son épouse, née Marie-Mélina St-Charles.

Nous nous unissons à ses nombreux amis pour lui présenter nos sincères condoléances.

Nous avons également appris avec regret la mort de M. Prosper V. Drouin, décédé le 28 décembre, à l'âge de 37 ans.

M. Prosper V. Drouin était représentant de la maison Waldron, Drouin et Cie, Ltée, et le frère de M. F. B. Drouin, chef de la dite maison.

Il était bien connu dans le commerce où il laisse des regrets unanimes.

Nous offrons à la famille en deuil nos plus vives condoléances.

Les bonnes annonces sont comme les costumes faits sur mesure par le tailleur. Les annonces faites à-la-diabie sont généralement écrites précipitamment, sans considération pour la valeur de l'espace ou les résultats à obtenir. Mesurez l'objet à annoncer sous toutes ses faces, notez tous les points de nature à faire impression sur telle ou telle personne. Avec ces mesures en votre possession, vous serez à même de bâtir l'annonce qui créera une impression.

MONTE-CHARGE
A BRAS **\$100⁰⁰**

F.O.B. DE LA FABRIQUE A HAMILTON. CHARGE, 1500 LBS., CAGE, 5 X 8 PIEDS.

MONTREAL
RUE ST-JACQUES

OTTAWA
RUE O'CONNOR

WINNIPEG
BLOC McRAE

VANCOUVER
RUE ALEXANDER

OTIS-FENSEN ELEVATOR CO., Limited

Bureau Principal, Toronto, Canada.

PAGINATION DES ANNONCES

Alice Hat Fastener	45	Hewson Woollen Mills Co. Ltd., The	35	Pacific Mills	69
Arlington Co., The	21	Hirshson & Co., L.	73	Parke, W. J.	84
Baldwin & Partners, J. & J. Ltd.	69	Ishikawa & Co., K.	73	Penmans Ltd	77
Barry, Walter H. & Co.	37	Jobin & Harrison	83	Perrin Frères & Cie	2
Brinton Carpet Co.	66	King & Son, W. P.	67	Perry Knitting Co., The	39
Brock & Co., W. R. Ltd.	29, 30, 31	Labrousse & Cie	84	Phillips & Wrinch	17
Brophy Umbrella Co. Ltd	73	Ladies' Wear Ltd	59	Racine & Cie, Alphonse	8, 9
Canadian Converters Co. Ltd., The	47	MacDonald & Co., John	40, 41	Reid & Porter	81
Chipman Holton Knitting Co.	27, 43	Matthews Towers & Co	25	Révillon Frères	71
Debenhams (Canada) Ltd.	65	Monarch Knitting Co., The	6, 7	Sandersons Ltd	43
Dominion Oil Cloth Co.	53, 54	Montreal Cotton Co., The	87	Schofield Woollen Co., The	73
Dominion Textile Co.	51	Morin & Cie, A. O.	77	Shantz & Son Co., Ltd., J. Y.	79
Dominion Wadding Co., The	84	Mount Royal Spinning Co.	13	Standard Photo Engraving Co.	79
Dufton Ltd.	77	McCall & Co., The	10	Stanfields Ltd	39
Fairbairn Ltd., J. & J. D.	57	McCall & Co., D.	33	Star Whitewear Mfg. Co., The	61
Galt Knitting Co., The	23	Nazareth Waist Co., The	55	Swift Copland & Co.	83
Garneau Ltée	49	Newell Mfg. Co., The	63	Turabull Co., The C.	4
Globe Suspender Co.	75	New Idea Pattern Co.	81	Victor Mfg. Co., The	15
Goderich Knitting Co.	81	Orkin & Co., J. M.	75	Watson Mfg. Co., The	57
Greenshields Limited	3, 73, 77, 88	Otis Fensom Elevator Co	86	Watt & Shapiro Mfg. Co.	85
Hamilton Cotton Co., The	85	Oxford Knitting Co.	81	Wilkins, Robert C.	83
Harris & Co.	35			Zimmerman Mfg. Co., The	5

Everbloom

Un Succès.

N'attendez pas — soyez le premier dans votre ville à introduire ce Tissue populaire FAIT AU CANADA. Il a l'apparence de la soie — seulement il dure davantage et coûte LE QUART DU PRIX DE LA SOIE.

Offert en un assorti-
ment complet des
nuances les plus
nouvelles.

Votre Marchand en Gros a

Everbloom

Pour votre

Vente d'Articles Blancs.

Ayez un bon étalage de Toiles à Robes MUNS-TER, ULSTER, LIME-RICK et BELFAST. Blanc et couleurs les plus nouvelles. PRIX POPULAIRES.

Demandez-les à
votre marchand
en gros.



Manufacturés par

MONTREAL COTTON CO.

Manufacture à Valleyfield, Qué.

Bureaux de vente :

Toronto.

MONTREAL.

Winnipeg.

TISSUS ET NOUVEAUTES

TROIS NOUVELLES ET SPLENDIDES ETOFFES ANGLAISES POUR ROBES

Par

Priestley

OTTOMAN ROYAL

Tissage Ottoman en Worsted et Mohair, dans une étoffe qui se drape ou produit l'effet tailleur. Noirs et Couleurs.

OTTOMAN REINA

Etoffe à Robe en Worsted et Laine qui ne se tache pas, ne se chiffonne pas et qui a le

LUSTRE SATIN
PERMANENT

Priestley's

TUSSAH ROYAL

Hautement approuvé par les couturières, les tailleurs pour femmes et les détaillants, de Londres, Paris et New-York, car il convient à la forme actuelle de costumes.

Ces trois tissus atteignent le haut niveau usuel Priestley de mérite et sont des plus désirables pour le commerce de l'année prochaine.
NOUS VOUS LES RECOMMANDONS



Seuls Agents pour le Canada

GREENSHIELDS LIMITED

MONTREAL