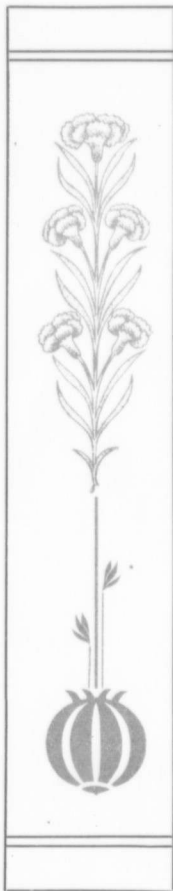




Tissus et Nouveautés

(TISSUES & DRYGOODS)

DECEMBRE 1906



"PRIESTLEY"

WEST OF ENGLAND

BROADCLOTHS

... CHIFFON ...

NE SE TACHANT PAS

CHAINE WORSTED LA MOINS PESANTE,
TRAME DE LA MEILLEURE LAINE AUSTRALIENNE.

Ce sont les Broadcloths **Les plus Légers** au monde.

D'UNE TEXTURE FORTE,
SOUPLES A MANIER,
LUSTRE PERMANENT.

LIGNE COMPLETE EN NOIR ET EN COULEURS
FINI PERMANENT NE SE TACHANT PAS.



GREENSHIELDS LIMITED

Greenshields Western Limited
Winnipeg, Man.

MONTREAL.

Greenshields & Co. Limited
Vancouver, C. A.

SEULS AGENTS DE VENTE POUR LE CANADA.

Si vous nous donnez votre ordre,

Nous vous donnerons satisfaction.

Vous obtiendrez exactement ce que vous comman-
derez,

Quand vous le désirerez,

Expédié où vous le direz.

Nous venons de recevoir un lot de mouchoirs pour dames, en boîtes de fantaisie - exactement ce dont vous avez besoin pour le commerce des Fêtes.



Nos marchandises pour le Printemps sont maintenant en magasin et il y a un grand nombre de lignes intéressantes à voir.

Nous vous invitons à les examiner.

The W. R. Brock Company,

(Limited.)

Montréal.

Tissus et Nouveautés

(TISSUES & DRYGOODS)

REVUE MENSUELLE

Publié par La Compagnie de Publications Commerciales (The Trades Publishing Co's), 25 rue Saint-Gabriel, Montréal. Téléphone Main 2347. Boîte de Poste 917. Abonnement: dans tout le Canada et aux Etats-Unis \$1.00, strictement payable d'avance; France et Union Postale, 7.50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer tant que les arrérages et l'année en cours ne sont pas payés. Adresser toutes communications simplement comme suit: **TISSUS ET NOUVEAUTÉS, MONTREAL Can.**

Vol. VII

MONTREAL, DECEMBRE

No 12

A tous nos Lecteurs

*Nous présentons nos Souhaits de
Bonheur et de Prospérité pour
l'année 1907.*

"Tissus et Nouveautés."

LES DROITS SUR LA LAINE AU CANADA ET AUX ETATS-UNIS

Dans un article sur les industries de la laine au Canada et aux Etats-Unis, le "Textile World Record" fait les comparaisons suivantes:

Dans l'année fiscale qui vient de s'écouler le Canada, dit-il, a importé des lainages évalués à \$16,988,253, soit \$3.09 par tête des 5,500,000 habitants du Dominion. Pendant la même période à peu près, les Etats-Unis ont importé des lainages évalués à \$22,646,820, ce qui représente 27 cents pour chacun des habitants de ce pays.

Cette grande différence entre les importations des lainages des deux pays est le résultat de la différence qui existe entre les clauses de leurs tarifs respectifs.

Le Canada impose un droit de 30 pour cent ad valorem sur les lainages importés de Grande-Bretagne et de 35 pour cent quand ces lainages sont importés d'autres pays. Comme la Grande-Breta-

gne est le principal exportateur de lainages, 80 pour cent des lainages étrangers achetés par le Canada proviennent de la métropole.

D'autre part, les Etats-Unis imposent des droits spécifiques et des droits ad valorem sur les lainages importés; le total de ces droits a été, pour l'année 1905, de 91 pour cent en moyenne de la valeur estimée. Ainsi, le taux moyen des droits imposés aux lainages importés aux Etats-Unis est trois fois le taux des droits imposés par le Canada aux lainages anglais. La proportion actuelle entre le tarif du Canada et celui des Etats-Unis est beaucoup plus grande, parce que les taux du tarif Dingley sont prohibitifs pour de nombreuses classes de marchandises et ces taux prohibitifs ne sont pas compris, bien entendu, dans la moyenne de 91 pour cent des droits réellement perçus.

D'un côté, nous avons une haute protection, de l'autre un tarif bas n'offrant presque aucune protection. Les autres conditions sont à peu près les mêmes.

Les deux pays sont limitrophes et occupent chacun des parties presque égales du même continent; les deux peuples sont de même race, parlent la même langue et ont à peu près mêmes coutumes, mêmes lois et même forme de gouvernement. Le territoire de chacun d'eux est si étendu, qu'il offre des conditions hautement favorables pour l'essai d'une politique de tarif; il est difficile d'en imaginer de meilleures. Quels sont les résultats?

Sous le tarif canadien, l'industrie manufacturière de la laine a presque disparu. Sous le tarif élevé des Etats-Unis, cette industrie s'est développée constamment et malgré la dépression dans la branche de la laine cardée, l'industrie de la laine est dans une condition prospère. Le manufacturier étranger de laine fournit, en moyenne, \$3.90 de marchandises à chaque personne du Canada, et seulement pour 27 cents à chaque personne des Etats-Unis. La consommation des lainages par tête dans les deux pays est à peu près la même, elle est probable-

ment un peu plus forte au Canada, et il manque des importations de lainages aux Etats-Unis est compensé par les manufactures du pays.

La différence entre les importations de lainages des deux pays est de \$2.82 par tête. Voyons ce que cela signifie pour chacun des deux pays.

Si les importations du Canada étaient ramenées au niveau de celles du pays voisin, les filatures canadiennes seraient appelées à fabriquer pour \$15,510,000 de marchandises destinées à la consommation domestique. Prenons comme base les chiffres donnés par la statistique des Etats-Unis et alouons 25 pour cent pour la différence des valeurs des lainages entre les deux pays; nous avons \$1,213 comme valeur du produit annuel d'une filature pour chacun de ses employés. A ce taux, il faudrait 12,800 ouvriers de manufacture pour fabriquer l'excès de marchandises importé maintenant au Canada. On a estimé qu'avec l'organisation actuelle de l'industrie moderne, chaque ouvrier de manufacture représente sept habitants; par conséquent la perte réelle pour le Canada, en raison de l'excès actuel des importations de lainages, représente une population de 90,000. Ce nombre est égal aux populations réunies de Winnipeg et de Halifax; il dépasse de moitié le chiffre de la population d'Ottawa et de 60 pour cent la population de la ville florissante de Toronto.

Les effets de la différence des tarifs de ces deux contrées américaines ne se font que légèrement sentir au Canada. C'est aux Etats-Unis que nous devons chercher l'exemple le plus frappant. D'après le taux actuel des importations par tête au Canada les importations des Etats-Unis, pour ses 85,000,000 d'habitants, s'élevaient à \$262,650,000 par an, ce qui représenterait un excès de \$240,000,000 sur les importations faites pendant l'année fiscale qui vient de se terminer. La manufacture des marchandises représentées par ces \$240,000,000 donnerait de l'emploi à 198,000 ouvriers, gagnant \$67,000,000 par an et représentant une population de 1,400,000 habitants.

NOUVEAUX PRIX DES FOURRURES

Récemment ont eu lieu à Londres les ventes de fourrures, qui fixent les prix des fourrures dans tout l'univers. Les offres ont été plutôt plus fortes que l'année dernière; mais on s'est beaucoup plaint du volume modéré d'affaires rapporté jusqu'à date. L'ouverture de la saison a aussi été tardive. M. M. C. M. Lampton & Co., qui ont offert un des plus forts assortiments de fourrures, envoient par câblegramme la liste suivante des prix des fourrures pour l'année:

Seal à fourrure du Cap Horn, 20 pour cent plus élevé qu'en décembre dernier.

Seal du Cap de Bonne-Espérance, 20 pour cent plus bas qu'en décembre dernier.

Opossum d'Australie, 5 pour cent plus bas qu'en juin dernier.

Wailaby, 20 pour cent plus bas qu'en juin dernier.

Chinchilla, même prix qu'en juin dernier.

Renard rouge, 15 pour cent plus bas qu'en mars dernier.

Blaireau, 15 pour cent plus bas qu'en mars dernier.

Chat sauvage, 15 pour cent plus bas qu'en mars dernier.

Chinche [bête puante], 25 pour cent plus bas qu'en mars dernier.

Martin, 5 pour cent plus bas qu'en mars dernier.

Marte du Japon, 20 pour cent plus bas qu'en mars dernier.

Hermine, 10 pour cent plus élevé qu'en mars dernier.

Loutre, 10 pour cent plus bas qu'en mars dernier.

Lynx, 7½ pour cent plus bas qu'en mars dernier.

Volverenne, 25 pour cent plus bas qu'en mars dernier.

Loup, 20 pour cent plus bas qu'en mars dernier.

Marte du Canada, 12½ pour cent plus élevé qu'en mars dernier.

Chat domestique, Raton [raccoon], Civette, Zibelline russe, Ecureuil, Wombat, Kanguroo, Renard argenté, Renard bleu, Renard blanc, Renard croisé [cross fox], Renard gris, Jeune renard, Ours noir Ours brun, Seal "dry hair", mêmes prix qu'en mars dernier.

Rat musqué, fourrure de printemps et fourrure forte, 10 pour cent plus bas qu'en mars dernier.

Petites Peaux et Peaux du Nord-Ouest, 20 pour cent plus haut qu'en mars dernier.

Peaux d'automne et d'hiver, 10 pour cent plus haut qu'en mars dernier.

Peaux noires, même prix qu'en mars dernier.

Castor, même prix qu'en janvier dernier.

Ventes d'octobre 1906 de M. M. A. & W. Nesbitt

Rat musqué, en hausse de 10 pour cent.

Vison, en hausse de 10 pour cent.

Civette, pas de changement.

Beaver, pas de changement.

Ours noir, pas de changement.

Renard rouge, pas de changement.

Renard gris, pas de changement.

Renard croisé [cross fox], en baisse de 10 pour cent.

Loup, en baisse de 10 pour cent.

Lynx, en baisse de 10 pour cent.

Chinche [bête puante], en baisse de 10 pour cent.

Marte, même prix qu'en juin dernier.

Marte du Canada, même prix qu'en juin dernier.

Renard blanc, même prix qu'en juin dernier.

IL Y A VENDEURS ET VENDEURS.

Si un vendeur est bon parleur, est bien mis, a une phonionomie agréable et une grande force de persuasion, il peut obtenir une audience.

Mais il faut qu'il connaisse ses marchandises, qu'il sache par expérience ce que sa machine ou tout autre article excusera et dans quelles conditions. Quand un acheteur en perspective consacre un temps précieux à une entrevue avec l'espoir d'obtenir des éclaircissements et qu'il n'entend que des paroles amables et superflues, il ne peut guère se faire une opinion favorable de la maison qui lui a fait perdre son temps en lui envoyant un homme qui n'est pas à la hauteur de sa tâche.

Il est bon de connaître la nature humaine; mais cette connaissance ne remplace pas celle des marchandises, et du but dans lequel elles ont été faites.

L'huile est une bonne substance lubrifiante, mais elle ne peut pas faire fonctionner une machine. Quand un homme croit en la supériorité de ses marchandises et sait exactement pourquoi, il n'est pas probable qu'il ne réussisse pas auprès d'un client possible.

Kyle, Cheesebrough & Co.

Dans le département des étoffes à robes, cette maison offre pour le printemps certaines marchandises de haute catégorie, parmi lesquelles figure le "Mirror Poplin", article dont cette maison a le contrôle exclusif au Canada. On n'a besoin que d'examiner ce tissu et que de considérer son prix, pour apprécier le fait que ce sera un tissu populaire et qui se vendra rapidement pour le printemps et l'été de 1907. "Mirror Poplin" est reversible, ne déteint pas, est large de 39 pouces et est fait en sept couleurs élégantes, qui sont toutes des teintes les plus nouvelles et les meilleures. Ce tissu coûte 58 cents la verge et est débité en pièces de 30 verges, chaque pièce étant marquée "Mirror Poplin", autrement ce ne serait pas l'article véritable et cet article ne posséderait pas les qualités de ce matériel. La maison ne peut pas fournir moins d'une pièce complète de 30 verges de la couleur choisie. Les livraisons peuvent être faites en janvier, février et mars, d'après les termes ordinaires pour le printemps. Les couleurs dans lesquelles ont peut obtenir ce tissu sont les suivantes: Ivoire, bleu ciel, rose, réséda, bleu Alice, bleu marin et noir.

"Oui, Talleyrand," disait un jour Napoléon à son ministre, "Je suis le maître de l'Europe, parce que je travaille plus que tout autre homme sur le continent. Le meilleur indice de la puissance, c'est la capacité de travail et une conviction intense de sa nécessité." — (System.)



Brillante Perspective d'Affaires

♪ Pour le Printemps 1907 ♪



Avec le plus fort commerce d'Automne et des Fêtes qu'on ait jamais vu, absolument assuré aux détaillants, nous prédisons que la rareté de marchandises désirables pour la saison prochaine sera plus prononcée que dans les années passées. Dernièrement des difficultés ennuyeuses ont été éprouvées du fait que les manufacturiers du monde entier n'ont pas livré des marchandises journellement en demande.

Pour nous garantir contre une continuation de ces conditions, nous avons, dans chaque département, placé nos ordres de bonne heure, afin d'assurer les livraisons. Des avis récemment reçus par câble indiquent un temps double du temps ordinaire exigé pour la livraison d'ordres de répétition, en plus de sérieuses avances de prix.

Il convient, dans votre propre intérêt, si vous n'êtes pas couvert dans certaines lignes, de placer vos commandes quand notre représentant ira vous voir.

Principales Lignes d'Etoffes à Robes

Les ordres donnés de bonne heure, déjà enregistrés, sont les plus forts dans l'histoire de notre maison; ils prouvent de la manière la plus concluante que les valeurs et les styles sont corrects. Nous recommandons les tissus et nuances suivants:

Un fort assortiment de Voiles en Chiffon.

**Un bon choix d'Etoffes à Costumes "Vigoureux",
Pesanteur Légère, Unies, Carreautées et Rayées.**

**Etoffes Teintes Uniment, se Rapprochant du Taffetas
par leur Pesanteur.**

Pour les nuances de vêtements de sortie, les couleurs suivantes, d'après notre observation, semblent être sûres:

**Noir, Carreaux et Rayures Noirs et Blancs, Crème,
Bleu Pâle, Bleu Marin, Nuances Pastel.**

Pour le commerce de nouveautés, nous avons confiance dans les

Brun Doré et Gris Fumée.

Renouvellements Rapides des Articles pour les Fêtes

BROPHY-CAINS, LIMITED,

MONTREAL.

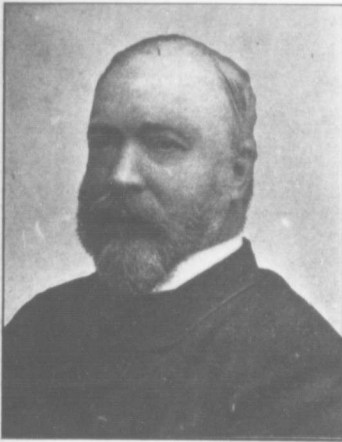
NOUVEAUTES EN GROS.

PROMPTS EXPEDITEURS.

DÉCES DE M. BRIGGS PRIESTLEY, DE BRADFORD

M. Briggs Priestley, de Ferncliffe, Apperley, près de Bradford, chef de la maison Priestley, Ltd., manufacturiers le worsted, Bradford, est mort après une longue maladie, dans sa 76e année. Voici quelques faits intéressants concernant sa carrière:

M. Priestley faisait partie du nombre de ces hommes de la ville de Bradford qui, avec d'humbles débuts, se sont élevés à un haut rang dans le commerce. Né à Thornton, Bradford, en mars 1831, il alla travailler, encore tout jeune, dans la manufacture de lainages de MM. Craven et Harrop. Comme la majorité des hommes qui réussissent, il fit un ton début et, grâce à sa volonté de percer et



M. Briggs Priestley

à ses capacités pour les affaires, il eut bientôt de l'avancement. M. Priestley devint acheteur pour sa maison et s'acquitta si bien de ses fonctions que, lorsque certains changements se produisirent dans la constitution de la firme, il devint associé, alors qu'il était encore un jeune homme. En 1860, il quitta Thornton, pour rejoindre son frère, M. Henry Priestley, décédé lui aussi, qui conduisait une petite manufacture dans une portion de Shearbridge Shed, à Bradford. Un incendie, qui détruisit totalement le Shearbridge Shed, amena le transfert des affaires à la manufacture Bee-Hive, Thorntonroad. Grâce à une direction prudente et ferme, les manufacturiers durent se transporter aux Atlas Mills, à Laisterdyke, où leur établissement existe encore.

Un fort commerce d'exportation fut

établi, pour le grand bénéfice du district. Plus tard, la maison établit une manufacture aux Etats-Unis, avec un bureau à New-York. Un autre développement des affaires amena l'absorption de la maison Rule, Greenlees et McEwans.

Malgré les exigences d'un commerce étendu et prenant de l'extension, M. Priestley a trouvé le temps d'être utile à la ville où il vivait. Il en a été un des magistrats et, pendant quelque temps, il a été membre du Board of Guardians de Bradford.

MM. Greenshields, Ltd., représentent au Canada la maison Priestley.

LES CHAUSSURES DES ANCIENS

Quand on fait des recherches dans l'histoire obscure de l'antiquité, on y voit que les anciens portaient et admiraient les chaussures de couleur, avant l'ère chrétienne et qu'on s'efforçait de produire des chaussures aussi belles que possible. Le port des chaussures de couleur était une marque de distinction de caste.

Alors, comme maintenant, on en était fier.

Ce n'est qu'à l'époque du Moyen-Age, que l'on trouve des chaussures égalant en beauté celles des Romains. Chez les Grecs et les Romains, la chaussure devint de bonne heure un article très dispendieux, la plus belle partie de l'habillement et, à mesure que les deux nations s'élevaient dans leur vie artistique, la chaussure augmentait en beauté, jusqu'à ce que, sous un empereur romain, les artistes les plus célèbres prêtassent leur talent à son ornementation. Les chaussures de la noblesse la plus élevée représentaient de tels travaux d'art qu'il arrivait souvent qu'on enterrait les morts avec leurs chaussures, dit "The Commercial."

La forme ou la couleur des chaussures formaient une ligne de démarcation entre les différentes classes de la société, et leur cherté était une marque du rang social. La forme convenable était celle du cothurne, connu aussi sous le nom de brodequin, porté par les tragédiens. C'est Sophocle, dit-on, qui l'introduisit dans les tragédies.

Les hommes d'un rang élevé portaient des chaussures de couleurs variées, le noir, le rouge, la pourpre, le jaune et le vert étant populaires. Finalement, la couleur et l'ornementation des chaussures furent l'objet d'un édit impérial.

Les chaussures portées par la noblesse romaine servaient à faire étalage de richesse; celles de Caligula étaient enrichies de pierres précieuses; celles de Néron avaient des semelles en argent;

sa femme, Poppée, portait des chaussures dont la semelle était en or, tandis que l'empereur Adrien avait sur les semes des ornements en pierres précieuses, en or et en argent.

Le métier de savetier était honorable à Rome et la guilde faisait partie du collège de Rome. A une certaine époque, les rues étaient si encombrées de boutiques de savetiers, que l'empereur Domitien ordonna leur disparition.

On rapporte que César était mal vu des sénateurs romains parce qu'il avait un faible pour la mode qui n'était affectée alors que par les petits-maîtres de Rome. Il se montrait en public avec des chaussures rouges à talons élevés, dont les semelles, dit Sénèque, étaient en or.

Les chaussures de cette époque pouvaient être classées en deux catégories principales: l'une, une sandale lacée; l'autre, une bottine couvrant tout le pied et une partie de la jambe. Les Grecs donnaient le nom de "ypodematia" aux bottines et celui de "pedila" aux sandales. Les Romains avaient des termes variés pour désigner les différentes sortes de sandales et de bottines, dont la forme et la couleur offraient des contrastes frappants suivant les classes de la société. Les "calceus" et les "mulleus" étaient des sortes de bottines portées par les classes les plus élevées, généralement en cuir de couleur. Les religieux et les gens de moeurs efféminées portaient le "phoecasius," bottine en cuir blanc. Le "pero," soulier en peau non tannée, était porté par les paysans et les gens des classes pauvres. La "solea" était la vraie sandale. Les soldats portaient la "calgia," une botte forte avec une semelle pesante.

Les boxee, sandales portées par les classes inférieures et les philosophes, étaient en palmier ou en fibre végétale. Il y avait encore d'autres sandales de genres divers.

Chaussures d'acteurs

Les acteurs romains et grecs portaient le socque et le cothurne, deux sortes de chaussures qui donnèrent naissance, dans la suite, à l'expression "ces messieurs du socque et du brodequin," employée par les anciens auteurs anglais pour désigner les acteurs. Le socque, sorte de chaussure qui se mettait par dessus la chaussure ordinaire, a été introduite par les comédiens.

Personnel

MM. A. J. Painchaud, de P. Garneau, Fils & Cie et Jos. Beaudry, de Gauthier, Beaudry & Cie représentaient le commerce de nouveautés en gros de Québec, dans la nombreuse délégation qui a protesté auprès du ministre des Finances, M. Fielding, contre l'imposition des droits de douane sur la valeur des caisses, emballages, etc., telle que proposée par l'Item 710 du nouveau tarif.

Envoyez-nous votre Ordre pour les Fourrures.

VOULEZ-VOUS quelques articles pour compléter ceux qui vous manquent? Envoyez-nous votre ordre. Voulez-vous les dernières nouveautés en fourrures? Nous les avons. Ecrivez-nous et expliquez-nous vos besoins. S'ils sont urgents, vous ne pourrez pas avoir un service plus prompt et plus satisfaisant que celui que nous faisons chaque jour de la semaine. Si vous voulez des fourrures de qualité, de mode et de supériorité, vous ne les obtiendrez que chez Paquet. Et si vous voulez quelques articles pour vendre à des prix populaires, vous les trouverez aussi chez Paquet.

Les Fourrures de Paquet sont renommées de l'Atlantique au Pacifique pour leur valeur sans égale. Cela ne fait rien que vous payiez peu ou que vous payiez beaucoup, vous en mettez la cause sur la qualité, la forme, la couleur, le fini et la façon qui sont en rapport avec la renommée de Paquet, et cela signifie plus peut-être que vous ne vous l'imaginez.

Envoyez-nous votre ordre aujourd'hui.

Si vous n'êtes pas sur notre liste, écrivez-nous une carte postale et nous serons immédiatement à vos ordres.

J. ARTHUR PAQUET, Quebec

Succursales à Winnipeg, Toronto, Montréal, Ottawa et Saint-Jean N. B.

"Vente à Réduction pour Inventaire"

Nous avons muni nos voyageurs, comme d'habitude, de la **liste d'escomptes pour inventaire**, escomptes que nous offrirons pendant les mois de novembre et de décembre.

Nous devons liquider tout ce qu'il est possible de notre stock laissé pour compte avant le commencement de notre inventaire annuel. Les escomptes que nous offrons sont extraordinaires et vos achats seront datés du 1er avril 1907.

KYLE, CHEESBROUGH & CO.

93 RUE ST. PIERRE, - - - - MONTREAL.

PARDESSUS CHESTERFIELD CROISE

Ce pardessus très populaire, est très ample sur la poitrine, dessinant légèrement la taille et flottant sur les hanches. Sa longueur est de 47 pouces et la fente centrale a 18 pouces. Les épaules ont une largeur et un fini naturels. La gorge est assez profonde. Les revers mesurent 3¼ pces à l'entaille et 12½ pouces jusqu'au pr:

Les mesures, prises par-dessus le gilet, sont les suivantes:

Hanches	40	pces
Mesure à l'aisselle	9½	"
Longueur à la taille	17½	"
Longueur totale	46	"
1e mesure d'épaule	12½	"
2e mesure d'épaule	19	"
Mesure d'omoplate avec "allowance" de 1¼ pce	13¼	"
Poitrine	39	"
Ceinture	35	"

Aux points B-C-D-E-F, menez les perpendiculaires à la ligne AF.

De C à G, 1-4 de la mesure de poitrine 42.

De G à I, 13-4 pouce.

Menez la perpendiculaire GI.

De D à 4, 1-2 pouce.

Tirez la ligne G-4 et abaissez la perpendiculaire.

De B à P, 21 pouces.

De P à Q, 2 pouces.



mier bouton. Le collet mesure 2 pouces à l'entaille et est plus large de ¼ pouce en arrière. Ce pardessus se boutonne par quatre boutons placés à 1½ pouce du bord. Les poches ont des pattes pouvant être rentrées ou sorties. Les bords sont à double piqûre de ½ pouce et les coutures sont à double piqûre, comme les bords. Les manches sont finies par une manchette retournée étroite. L'étoffe représentée est une étoffe à pardessus de fantaisie.

Ajoutez trois pouces aux mesures de poitrine, de ceinture et de hanches; 2-4 pouce aux mesures à l'aisselle et d'omoplate; 1 pouce à la première mesure d'épaule et 1-4 pouce à la deuxième mesure d'épaule.

Tirez à angle droit les lignes AF et AL.

De A à B, 10-1-4 pouces.

De B à C, 1-2 pouce.

De A à D, 17-1-2 pouces.

De D à E, 6 pouces.

De A à F, 46 pouces.

De Q à R, 1-2 pouce.

A est à mi-distance entre B et P.

De S à T, 3-1-2 pouces.

Abaissez la perpendiculaire TZ.

Appliquez la mesure d'épaule, 14 pouces,

de B à T, et élevez la perpendiculaire.

W est à mi-distance entre B et T.

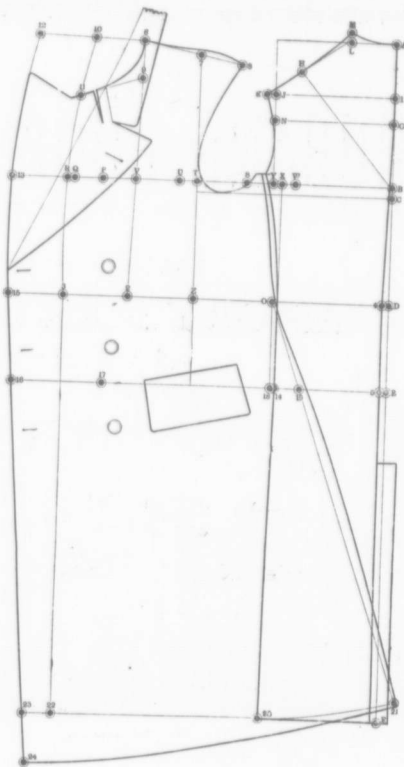
De W à Y, 1-1-2 pouce.

Élevez la perpendiculaire YJ.

De J à K, 1-2 pouce.

De A à F, 1-8 de la mesure de poitrine 42, plus 3-4 pouce.

De L à M, 5-8 pouce.
 Tirez la ligne KL.
 De Y à X, 1-2 pouce.
 Abaissez la perpendiculaire X-14.
 De F à 20, 1-2 pouce de plus que de B à Y.
 Formez le dos.
 De T à U, 11-4 pouce.
 V est à mi-distance entre T et Q.
 De Z à 3, moitié de la ceinture 38.
 Abaissez la perpendiculaire 3-22.
 2 est à mi-distance entre Z et 3.
 Tirez la ligne 2-V-6.
 Appliquez la première mesure d'épaule, 13-4 pouces, de A à M et de U à 6.
 Appliquez la deuxième mesure d'épaule, 20-1-4 pouces, de B à H et de U à 7.
 Tirez la ligne 6-7-8.
 De 6 à 8, 1-2 pouce de moins que de M à K.
 Formez l'épaule et l'entourure du bras.
 Au point 6, menez la perpendiculaire à la ligne 6-2.
 De 6 à 10, 1-6 de la poitrine 42.
 Tirez une ligne courbe de 10 à R.
 De 10 à 11, 1-6 de la mesure de poitrine 42, plus 1-2 pouce.
 De 6 à 9, 1-8 de la poitrine 42.
 Tirez la ligne 9-11 et formez la gorge.
 De 10 à 12, 4 pouces.
 De R à 13, et de 3 à 15, même distance.
 De 22 x 23, 2 pouces.
 Formez le bord du devant tel qu'indiqué.
 De 23 à 24, 1-6 de la poitrine.
 De 16 à 17, 6 1-2 pouces.
 Appliquez la mesure de hanches, plus 1 pouce, soit 22 1-2 pouces, de 14 à 5 et de 17 à 19.
 De 19 à 18, 2 pouces.
 Elevez la perpendiculaire 18-0.
 Tirez la ligne 0-19-21 et formez le côté du devant.
 De 20 à 21, décrivez une courbe ayant son centre en Y et finissez tel que représenté.



L'ELEGANCE DU COSTUME

La mise recherchée, qui constitue ce qu'on appelle genre ou élégance, forme un grand appoint à l'apparence de la femme, dit Helen Berkeley-Lloyd dans l'édition d'octobre du *Delinctor*. Cette élégance, bien qu'elle excite l'envie de la minorité, est réellement la chose la plus désirable; mais elle est singulièrement difficile à réaliser. L'exactitude de la ligne est la première exigence d'un costume élégant. Tant que les Américaines n'auront pas reconnu ce fait, seules les femmes qui ont un sentiment artistique inné pourront espérer créer des robes qui approcheront, pour l'élégance, des modèles importés.

La couturière clairvoyante et à l'esprit moderne se rend compte du temps et des efforts qu'elle peut épargner en employant des patrons séparés non seu-

lement pour chaque effet d'habillement, mais aussi pour chaque type de taille féminine. Elle a aussi appris que le chic et la grâce d'un costume dépendent de la femme même qui le porte; elle sait que, tout en suivant avec soin les lignes d'un bon patron, lui est impossible de ne pas faire de fautes. Chaque partie d'un patron, que ce soit pour un costume de poupée ou pour un tablier de cuisine, est essayée avec le plus grand soin et plusieurs fois, pour obtenir l'exactitude de la ligne, avant qu'elle ne soit livrée.

Une déviation des lignes du patron est fatale et ne devrait jamais être tolérée. D'autre part une modification est le seul moyen d'obtenir une expression d'individualité. Bien plus les modifications sont à conseiller là où des lignes faibles ont besoin d'être renforcées et où des défauts ont besoin d'être réduits ou dissimulés.

L. Hirschson & Co.

Cette maison a pour spécialité de donner aux marchands des idées extrêmement pratiques et utiles pour s'attirer les bonnes grâces de leurs clients: ces marchands peuvent y arriver en offrant à leurs clients un mouchoir de soie attrayant. Cette maison est connue pour son vaste assortiment de mouchoirs en soie et elle a eu l'idée de faire des dessins appropriés pour donner en primes aux clients qui font de forts achats. Des lignes spéciales peuvent être faites, portant des mots, tels que: "Présent de, ou "Souvenir de" (nom du détaillant). Un bel assortiment de dessins est offert, qui consiste en feuilles de laurier vertes, bleues et pourpre, en emblèmes canadiens, dans les diverses teintes des riches nuances de l'automne, sur soie japonaise.

Enfermez vos soucis de bureau dans votre place d'affaires pendant la nuit. Il pourrait arriver que le lendemain matin ils aient disparu.

JOHN B. CAVERHILL & CO.

Anciennement

CAVERHILL & KISSOCK.

Ottawa,
19, rue Elgin.

Montreal,
91, rue St-Pierre.

Quebec,
72, rue St-Joseph.

Modes et Nouveautés de Fantaisie.

Nous tenons les mêmes lignes de marchandises que l'ancienne maison Caverhill & Kissock et, avec nos plus grandes facilités pour acheter au pays et à l'étranger, nous pouvons offrir des valeurs exceptionnelles.

Nos voyageurs sont maintenant en route pour le commerce du printemps, et nous pouvons dire en toute sécurité qu'il vous sera profitable de les voir.

John B. Caverhill & Co.

**VESTON SAC A QUATRE BOUTONS
[VESTON DE CHASSE]**

Un très bon genre de veston pour costume de chasse [fig. 699] consiste en un veston sac, à devant droit, à quatre boutons, avec coins arrondis, extrêmement ample sur la poitrine, ajusté à la taille et flottant sur les hanches. La longueur est de 34 pouces pour un homme de sta-

sus. Les manches sont finies avec une imitation de manchette fermée par deux boutons.

L'étoffe représentée dans la figure est un tweed de fantaisie.

Les mesures sont les suivantes:
Mesure à l'aisselle 9% pces
Longueur à la taille 17½ "
Longueur totale 35 "
Le mesure d'épaule 12½ "

De A à D, 17 1-2 pouces.

De D à E, 6 pouces.

De A à F, 25 pouces.

Aux points B-C-D-E-F, tirez des perpendiculaires à la ligne AF.

De B à K, 19 1-2 pouces.

De K à L, 2 pouces.

De L à M, 1-2 pouce.

O est à mi-distance entre B et K.

De O à P, 3 1-2 pouces.



ture moyenne [5 pieds, 8 pouces]. Les épaules ont une largeur et un fini naturels, la gorge est de profondeur moyenne. Les revers mesurent 1½ pouce à l'entaille et 9 pouces jusqu'au premier bouton. Le collet mesure 1% pouce à l'entaille et sont plus larges de ¼ pouce en arrière, les bords sont à double piqûre de ¼ pouce et les coutures sont unies. Les poches sont rapportées et ont des pattes qui peuvent se boutonner par-des-

2e mesure d'épaule 10½ "
Mesure d'omoplate avec "allowance" de 1-4 pce 13 "
Mesure de poitrine 38 "
Ceinture 34 "
Mesure de hanches 39 "

Le veston est exagéré de 1 pce sur la poitrine.

Tirez à angle droit les lignes AF et AY.

De A à B, 9 3-8 pouces.

De B à C, 1-2 pouce.

Abaissez la perpendiculaire P-5. Appliquez la mesure d'épaule augmentée de 3-4 pouce, soit 13 1-4 pouces, de B à P, et élevez la perpendiculaire. S est à mi-distance entre B et P.

De S à T, 11-2 pouce.

Elevez la perpendiculaire TW.

De T à U, 1-2 pouce.

Abaissez la perpendiculaire U-3.

De 3 à 4, 1 pouce.

De C à G, 1-4 de la mesure de poitrine 38.

K K K K K K K K K K

K

K K K K K K K K K K

Voici les Lignes
KINGCOT
== pour 1907 ==

Ginghams	Shirtings
Etoffes à Robes	Oxfords
Saxons	Galateas
Ginghams pour Tabliers	Denims
Flans.lottes	Coton à Matelas
Domets	Cotonnades

Tissus pour Tentes.

Cette qualité indéfinissable,
qui forme une "CLASSE"
à part. Les Cotonnades

Kingcot

sont offertes au marchand qui les différencie comme la seule ligne de cotonnades convenant sûrement au goût des acheteurs qui distinguent les valeurs ordinaires des valeurs extraordinaires. Les cotonnades **Kingcot** ont de la "classe" et elles procurent une meilleure valeur, un meilleur pouvoir de vente, simplement parce que cette idée de "classe" domine chez leurs fabricants et est évidente dans chaque verge des marchandises elles-mêmes.

Les Cotonnades Kingcot

SE VENDENT MIEUX QUE DES COTONNADES ORDINAIRES, SIMPLEMENT PARCE QUE LES COTONNADES **KINGCOT** SONT AU-DESSUS DE LA CONCURRENCE DES COTONNADES ORDINAIRES, EN TOUT, SAUF, UNIQUEMENT POUR LE PRIX.

K K K K K K K K K K

De G à I, 11-2 pouce.

Menez la perpendiculaire GV et la perpendiculaire IW.

De W à X, 1-2 pouce.

De A à Y, 1-8 de la mesure de poitrine 38 plus 3-4 pouce.

De G à Z, 5-8 pouce.

Tirez la ligne YZ.

De D à H, 1-2 pouce.

Tirez la ligne GH et abaissez la perpendiculaire HJ.

Formez l'épaule et l'entournure du bras.

Au point 20 menez la perpendiculaire à la ligne 6-20.

De 20 à 23, 1-6 de la poitrine.

De 23 à 24, 11-4 pouce.

Tirez une ligne courbe de 23 à M.

De 23 à 26, 1-6 de la poitrine.

De 27 à 25, 1-8 de la poitrine.

Tirez la ligne 25-26 et formez la gorge.

De M à N, 11-4 pouce.

De 7 à 8, même distance.

Coupez une languette en dessous du bras et enlevez 1-2 pouce entre 28 et 29.

De 4 à 18, décrivez une courbe ayant son centre au point T.

Formez le bas du devant et finissez tel que représenté.

MIROIRS FIDELLES

Un des objets de luxe les plus élégants et les plus dispendieux aujourd'hui, c'est un miroir en cristal de roche; non une grande glace, bien entendu—car on ne peut se procurer nulle part un tel objet, faite de matière pour le fabriquer—mais un miroir à main de petites dimensions. On trouve rarement le cristal de roche en morceaux sans défaut, pesant plus de quelques onces.

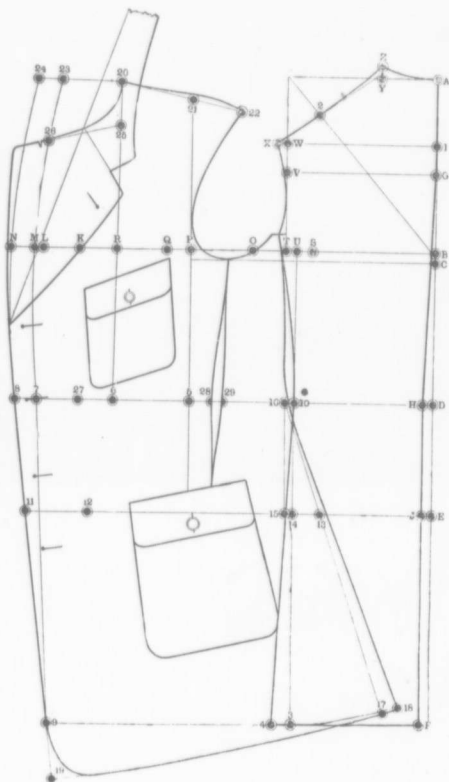
Le miroir en cristal de roche a un avantage très important sur celui en verre, il est incolore. Quelle que soit la finesse d'une plaque, le miroir en verre n'est jamais parfaitement blanc—si un tel mot peu être employé pour signifier le manque de couleur. Vous pouvez vous en rendre compte par vous-même en séparant un miroir de son cadre et en y regardant par le côté. Vu ainsi, il paraît verdâtre.

Cette teinte verdâtre est un inconvénient sérieux dans un miroir de toilette; car elle empêche une femme de se rendre compte de l'état de son teint. Elle ne rend pas justice à l'éclat rosé de ses joues.

Avec le cristal, c'est tout différent. Une plaque de cristal est à peu près la chose la plus incolore dans la nature; quand elle est taillée habilement et qu'on place en arrière une mince couche d'argent comme pour un miroir ordinaire, ce miroir reproduit toutes les teintes rosées du visage de la personne qui s'y regarde, sans les modifier par des rayons verdâtres ou autres de teinte désagréable. De là vient la popularité du cristal comme matière pour la fabrication des miroirs dispendieux.

"Dispendieux" est bien le mot qui convient, car un pareil miroir à main, de petites dimensions, peut facilement valoir de \$300 à \$500. Les morceaux de cristal de roche, sans aucun défaut, assez grands pour fournir une plaque pour la fabrication d'un miroir, sont très rares; toutefois une jeune fille de la Caroline du Nord en trouva un jour un bloc pesant trois cent livres. Malheureusement, ignorant sa grande valeur, elle le brisa en essayant de le détacher de la roche dans laquelle il était encastré, et le plus grand fragment qui parvint au marché de New-York, n'avait que le sixième du volume de la masse primitive.

L'annonceur sage, non seulement profita de sa propre expérience, mais, aussi bien, de celle des autres annonceurs.



Formez le dos.

De P à Q, 11-4 pouce.

R est à mi-distance entre P et L.

De 5 à 7, 1-2 de la ceinture 34.

6 est à mi-distance entre 5 et 7.

Tirez la ligne 6-R-20.

Appliquez la première mesure d'épaule,

12-1-2, de A à Z et de Q à 20.

Appliquez la deuxième mesure d'épaule,

17-3-4, de B à 2 et de Q à 21.

Tirez la ligne 20-21-22.

De 20 à 22, 1-2 pouce de moins que de X à Z.

Formez le bord du devant.

De 9 à 19, 1-6 de la poitrine.

De 11 à 12, 3 1-2 pouces.

De 8 à 27, même distance.

Appliquez la mesure de hanches, plus 1

pouce, soit 20 pouces, de 14 à J et de 12 à 13.

De 13 à 15, 2 pouces.

Menez la perpendiculaire 15-16.

Tirez la ligne 16-13-17.

De 17 à 18, 1 pouce.

Formez le côté de la partie avant, tel qu'indiqué.

DECEMBRE, 1906.

Au Commerce :**Nouveautés ^{pour} le Commerce de Noël.**

Après le 1er décembre, nous offrirons les productions les plus nouvelles pour le Commerce de Noël et des Fêtes, dans les articles suivants :

Rideaux en Dentelle, Mousselines Suisses pour Rideaux, Rideaux Ecossais en Madras Blanc et de Couleur, Rideaux Tapestry, Dessus de Tables en Tapestry et articles pour Meubliers, Rugs de Foyer et Nattes, Mouchoirs en Soie à Initiales et Soie Unie, en Toile à Initiales et Toile Unie, Mouchoirs Brodés, Bord en Dentelle, Cravates et Bretelles pour Hommes, Vêtements en Lawn pour Enfants, Vêtements en Soie pour Enfants, Robes en Soie, Vêtements, Overalls et Pinafors en Toile pour Enfants, Tabliers en Lawn (avec ou sans bavette) pour Dames, Cordons longs et courts, Lawns Blancs, Toiles de l'Inde, Mousseline en Nansouck, Mousselines Carreautées, Lawns de Perse, grande variété de Mousselines Unies, et de Fantaisie pour Blouses de Dames et Vêtements d'Enfants, Toiles Japonaises à Jour en Doylies, Dessus de Plateaux, Dessus de Buffets et Tissus pour "5 O'clock Tea." Toiles de Fantaisie en Doylies à Franges et à Ourlets à Jour, Dessus de Plateaux, Dessus de Buffets et Tissus pour "5 O'clock Tea." Assortiments de Toiles (Nappes et Serviettes) 8 x 10 et 8 x 12.

*Exécution des Ordres par Correspondance,
une Spécialité.*

JOHN MACDONALD & CO.

LIMITED.

Rues Wellington et Front Est, Toronto.

REPRESENTANTS DANS LA PROVINCE DE QUEBEC:

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

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

M. J. H. CARSON, Cowansville, COWANSVILLE.

FROCK A TROIS BOUTONS

L'étoffe représentée dans la fig. 700 est un worsted non fini. Les longueurs sont: 19 pouces jusqu'à la taille et 38 pouces, longueur totale. Les épaules ont une largeur et un fini naturels. Les coutures de côté sont bien arrondies sur l'omoplate. La largeur du dos en bas est de 21-4 pouces, le vêtement fini. La gorge est de profondeur moyenne, les revers mesurent 11-2 pouce à l'entaille et 9 pouces jusqu'au premier bouton.

Le collet mesure 13-8 pouce à l'entaille et 15-8 pouce en arrière. Les bords ont une tresse plate. Les plis sont repassés, les manches sont finies par une imitation de manchette à trois boutons.

Les mesures sont les suivantes:

Mesure à l'aisselle 9½ pces
Longueur jusqu'à la taille naturelle 17 "
Longueur à la taille de façon 19 "
Longueur totale 38 "
1e mesure d'épaule 12½ "
2e mesure d'épaule 17½ "
Mesure d'omoplate avec "allowance", 13 "
Poitrine 38 "
Ceinture 34 "

Menez à angle droit les lignes AF et A-3

De A à B, 9-3-8 pouces.

De B à C, 1-2 pouce.

De A à D, 17 pouces.

De A à E, 19 pouces.

De A à F, 38 pouces.

Aux points B-C-D-E-F, menez les perpendiculaires à AF.

De B à J, 19 pouces.

De J à K, 2 pouces.

De K à L, 1-2 pouce.

M est à mi-distance entre B et J.

Abaissez la perpendiculaire NQ.

Appliquez la mesure d'omoplate, 13 pces, de B à N et élevez la perpendiculaire N-11.

V est à mi-distance entre B et N.

De V à W, 11-2 pouce.

Elevez la perpendiculaire WZ.

De C à X, 1-4 de la poitrine.

Menez la perpendiculaire XY.

De Y à Z, 11-2 pouce.

De Z à I, 1-2 pouce.

De Y à 8, 11-8 pouce.

De A à 3, 1-8 de la mesure de poitrine, plus 3-4 pouce.

De 3 à 4, 5-8 pouce.

De D à G, 1-2 pouce, soit 1-8 pouce pour chaque pouce dont la ceinture est plus petite que la poitrine.

Tirez la ligne XG et abaissez la perpendiculaire.

De H à 5, 1-8 de la poitrine, plus 1-4 pouce.

Abaissez la perpendiculaire 5-26 et formez le dos.

De 6 à 7, 11-4 pouce.

Abaissez la perpendiculaire 7-20.

21 est à 5-8 pouce au-dessous de la taille de façon.

9 est à mi-distance entre 7 et Q.

Tirez la ligne M-9.

Formez le corps de côté, tel qu'indiqué.

De N à O, 11-4 pouce.

P est à mi-distance entre N et K.

De Q à R, moitié de la ceinture.

De R à 8, 21-4 pouces.

S est à mi-distance entre Q et R.

Abaissez la perpendiculaire R-25.

De 28 à 29, 1-6 de la poitrine.

Tirez la ligne SP jusqu'au point T.

De 13 à 15, 1-6 de la poitrine.

De T à U, 1-8 de la poitrine.

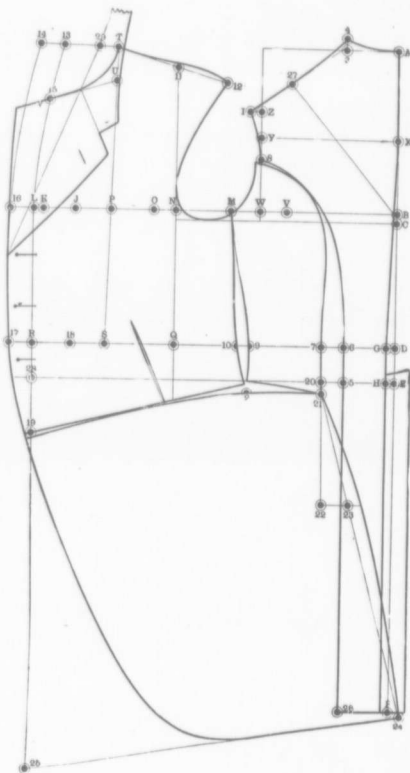
Tirez la ligne U-15 et formez la gorge.

De L à 16, 11-4 pouce.

De R à 17, même distance.

Appliquez la mesure de ceinture, 17 pces, de 9 à 7, de 6 à G et de 18 à 10.

Formez le côté de la partie avant par la ligne M-10 et le bas de la partie avant par une ligne allant de 19 jusqu'à la couture de côté.



Appliquez la première mesure d'épaule, 12 1-2, de A à 4 et de O. à T.

Appliquez la deuxième mesure d'épaule, 17 1-2 pouces, de B à 27 et de O. à 11. Tirez la ligne T-11-12.

De T à 12, 1-2 pouce de moins que de 4 à I.

Formez l'épaule et l'entourneur du bras.

Menez la perpendiculaire T-14.

De T à 13, 1-6 de la poitrine.

De 13 à 14, 11-4 pouce.

Tirez la ligne courbe 13-L.

Les Basques

De 7 à 22, 9 pouces.

De 22 à 23, 11-2 pouce.

Tirez la ligne 21-23-24.

De 21 à 24, 1-4 pouce de plus que de 5 à 26.

De 19 à 25, même distance que de 21 à 24.

Tirez la ligne 24-25.

2 est à 5-8 pouce au-dessous de la taille de façon.

GEO. H. HEES, SON & CO.,

LIMITED

Toronto,

82, rue Bay.

Montreal,

20, rue Ste-Helene.

MANUFACTURIERS DE

Stores pour Châssis,
Pôles de Rideaux,
Rideaux en Dentelle,
Rideaux Bobbinet,
Panneaux en Dentelle pour Portes
Housses pour Meubles,
Rideaux Tapestry,
Rideaux Chenille,
Dessus de Tables,
Draperies,
Soieries,
Burlaps,
Tentures,
Peluches,
Velours,
Fournitures pour Meubliers,
Quincaillerie pour Meubliers.



Formez le dessus des basques par une ligne allant de 21 à 2 et s'abaissant de 1-4 pouce, au point 19.
Formez le bord du devant et les basques, en arrondissant ces dernières de 3-4 pouce au point 23.

PARDESSUS CHESTERFIELD A UN RANG DE BOUTONS

Ce pardessus (figs 701 et 702) est assez exagéré sur la poitrine, ajusté à la taille et flottant sur les hanches. Sa longueur totale est de 46 pouces. La fente centrale mesure 18 pouces. Les épaules ont une largeur et un fini naturels. La gorge est assez profonde. Les revers sont à demi en pointe; ils mesurent 2-1-4 pouces à l'entaille et 11 pouces jusqu'au premier bouton. Le collet est recouvert de velours et mesure 1-3-4 pouce à l'entaille et 2 pouces en arrière. Les poches du bas ont des pattes pouvant rester à l'extérieur ou être rentrées en dedans. La poche de poitrine est fine par une bordure, les bords sont à simple pliage de 1-2 pouce et les coutures sont rabattues et plignées pour s'assortir avec les bords. Les manches sont fines par une manchette retournée de 2-1-4 pouces. L'étoffe représentée est une étoffe à pardessus gris foncé.

Greenshields Limited

Etant donné le fort assortiment offert comme choix dans le département des tissus lavables pour costumes, et la perspective d'une grande difficulté à obtenir le renouvellement des commandes, il ne devrait y avoir aucune hésitation à placer des ordres aussitôt que possible. On s'attend à des affaires formidables la saison prochaine et il est forcé qu'un déficit se produise. Les ventes d'indiennes promettent de surpasser d'au moins 405 le record de l'année dernière. Jusqu'à présent, une tendance s'est prononcée en faveur des meilleures qualités. Jusqu'alors, les articles leaders de ces tissus de la maison Greenshields ont été ceux ayant le fini Crumm; ce genre de tissu est fait en qualités qui répondent à toutes les exigences; telles que fini modèles pour costumes et fini cambrie pour shirting, et la maison offre plus de 1,000 patrons de tous les dessins et de toutes les couleurs, dans lesquels on peut choisir. Les indiennes de fabrication domestique sont décidément améliorées quant au fini et à la qualité et leurs prix sont en concordance avec ceux du marché. MM. Greenshields, Limited, ont en stock des lignes complètes de toutes les qualités, à tous les prix et pour toutes les fins. Dans le département des étoffes à robes, il y a une grande activité et quelques lignes considérables d'étoffes à effet tweed gris pâle demandent une attention spéciale. Les draps vénitiens rouges et les verts myrte se vendent rapidement et comme il sera difficile de renouveler les commandes, les ordres donnés de bonne heure devraient être la règle pour l'acheteur judicieux.

Cela peut s'appliquer également au département des articles tricotés où on peut avoir des occasions magnifiques.

Il se fait de forts achats de golfers, toques et nœuds et la maison possède un assortiment complet dans lequel on peut choisir. Dans la bonneterie il y a des lignes dignes d'attention, parmi lesquelles nous citerons: No 8 et Job 16 de bas en cachemire à côtes, pour dames, à \$2.25; "Challenge", à \$3.25; No 14, à \$4.50. Un fort article de vente est la ligne AI en worsted, dont le prix n'a pas été augmenté et qui est vendu à \$3.25. No A 180 [magnifiques bas en laine à côtes], à \$4.50. Une ligne complète de bas unis et à côtes est en mains, ainsi qu'un bel assortiment de bas brodés en cachemire.

Dans le département des tapis et fouritures de maison, des marchandises nouvelles arrivent chaque jour et sont expédiées aussitôt que possible. Jusqu'à présent, ce département rapporte de bonnes affaires pour le printemps. Ses assortiments considérables de tapis, rideaux, carrés de toutes les fabrications, houles, nattes, cretonnes et mouselines d'art, tenus en stock par cette maison, sont certainement les meilleurs sur le marché et comprennent les modèles les plus nouveaux. Les marchands feraient bien d'examiner ce stock, car il comprend tout ce qu'il faut pour plaire, et les prix des marchandises qu'il contient sont corrects.

Les velveteens et les velours de soie figurent parmi les spécialités de la maison Greenshields pour l'année, et elle en vend une grande variété. Les soieries de fantaisie attirent l'attention du commerce et cette maison offre tous les articles qui sont bons.

Les blouses en soie [marque Shield], en lawn et en mousseline suisse, dans les modèles up-to-date, sont offertes en une variété splendide pour les vêtements élégants. On demande des livraisons de bonne heure, en décembre, pour le commerce de Noël et les commandes devraient être placées assez tôt pour assurer la livraison en temps voulu.

LE CAOUTCHOUC ARTIFICIEL

Etant donnée la rapidité avec laquelle la consommation du caoutchouc augmente, on peut se demander, dit l'illustration, si la production de cette substance suffira encore longtemps aux besoins des industries multiples qui en font usage. La production annuelle du caoutchouc varie actuellement de 60,000 à 70,000 tonnes et, en 1904, la consommation mondiale atteignait déjà 60,000 tonnes. Prenant en considération les progrès de l'automobilisme et les applications de l'électricité, dont le développement est loin d'être arrêté, nous pouvons affirmer que, cette année la consommation a dépassé la production. Il se produira donc bientôt une crise pour laquelle M. E. Coustet propose trois solutions.

La première consisterait à employer le caoutchouc micérol ou bitume fossile élastique, découvert en 1785 dans les mines de Castleton, Angleterre et, en 1816, aux environs d'Angers, France. La seconde serait l'emploi d'un produit artificiel possédant des propriétés analogues à celle du produit naturel. Ce produit artificiel existe; il a été obtenu en

1846 par les chimistes Sacc et Jonas, en traitement de l'huile de lin par de l'acide azotique. On obtient ainsi une substance membraneuse, le caoutchouc des huiles, qui a déjà été utilisée pour rendre les tissus imperméables. De même, on a obtenu des caoutchoucs artificiels en traitant le goudron ou l'essence de térbenthine par de l'acide sulfurique. Ces produits n'ont pas en grand succès lors de leur découverte; mais à cette époque il n'était pas question d'une disette de caoutchouc et il est très probable que la nécessité amènera bientôt des perfectionnements qui mettront au point désiré la fabrication du caoutchouc artificiel. La troisième solution consisterait évidemment à augmenter la production du caoutchouc naturel, mais ce n'est peut-être pas la solution la plus rapide.

La visite des magasins

La visite des magasins est une forme de cruauté infligée par les femmes mariées à leur mari. Ce sentiment de cruauté naît chez les jeunes filles; il prend de l'activité chez les jeunes femmes et atteint son point culminant entre la dixième et la vingtième année de mariage.

Une femme petite, délicate, fluette, nerveuse, sensible, qui s'évanouirait à la vue d'un piège à souris vide, passera de deux à sept heures dans le district des magasins et reviendra à la maison avec une nouvelle vigueur et une confiance inaltérable, si le crédit de son mari est bon, tandis que ce gentleman, au bout de quarante-cinq minutes doit être rapporté à la maison sur une litière. Certaines femmes sont nées coureuses de magasins, d'autres arrivent à la perfection dans ce défaut, mais on ne peut l'inculquer à aucune d'elles.

La visite des magasins se pratique énormément les jours de la semaine, à partir du lundi, et se fait d'une manière précipitée, pour finir le samedi, en temps voulu pour le théâtre. Cette manie pousse à l'activité. Sans elle, les hommes mariés auraient le temps de se reposer. — [«Dellneator» de janvier.]

Un procédé a été récemment inventé pour rendre le celluloid non inflammable. D'une manière générale on peut dire que ce procédé consiste à introduire dans la masse du celluloid, quand il a atteint son plus haut degré de fluidité au cours de sa fabrication, une certaine quantité d'un sel, tel que phosphate, bicarbonate d'ammoniaque, ou de magnésium, ou encore d'autres sels. Ces sels ont la propriété d'émettre sous l'influence de la chaleur une grande quantité de gaz qui arrête les progrès de la combustion. On prétend qu'au moyen du nouveau procédé, on peut fabriquer des quantités de celluloid non inflammable sous une forme quelconque et en toute grosseur désirée.

Le marchand qui pousse à la vente de bonnes marchandises de préférence aux marchandises médiocres s'apercevra que sa réputation devient meilleure. Le public se souvient de la qualité beaucoup plus longtemps que de bas prix.

Debenhams (CANADA) Limited

Printemps

MODES

1907

Nos voyageurs sont actuellement sur leurs routes respectives avec un
Assortiment complet des Dernières Nouveautés en

Chapeaux

Galons Crinoline

Fleurs

Chiffons

Julles

Rubans

L'Assortiment des Chapeaux contient un grand nombre de Modèles Exclusifs. Ce sont les
dernières créations des Marchés Français, Anglais et Américains. Nos Forts Contrats en Rubans
impliquent prompt livraison et prix serrés.

Assortiment Splendide de RUBANS de Fantaisie
La Maison pour les Marques STANDARD de Rubans et Soieries.

☞ Attention spéciale donnée aux Ordres par la Malle. ☜

DEBENHAMS (CANADA) LIMITED.

OTTAWA,
111, rue Sparks.

QUEBEC,
43½, rue St-Joseph.

HALIFAX,
70, rue Granville.

18, rue Ste-Hélène, Montréal.

L'INSPECTION DES VETEMENTS

Un des devoirs les plus importants du coupeur est celui qui consiste à examiner les vêtements quand ils sortent des mains des ouvriers et avant qu'ils ne soient expédiés aux clients. C'est là que le coupeur devient contre-maître tailleur. Il est évident que l'homme qui doit examiner convenablement et intelligemment des vêtements terminés, quant à la manière dont ils ont été faits, doit avoir une bonne connaissance pratique. Pendant des années, la question de savoir s'il était nécessaire pour un coupeur d'être un tailleur pratique, a été discutée à diverses reprises.

C'est un sujet intéressant à débattre, mais il est peu douteux que, bien qu'un homme n'ayant pas de pratique, puisse devenir un coupeur et réussir dans son métier, il ne peut jamais faire un contre-maître tailleur dans le vrai sens de l'expression. En France, il existe un proverbe qui, traduit à peu près, signifie "Comprendre tout, c'est pardonner tout" et on verra que l'homme qui a passé par l'usine et a travaillé avec l'aiguille et le fer avant de tenir les ciseaux ne fera pas de demandes impossibles, ni des plaintes déraisonnables. Connaissant ce qu'il est possible de faire, il reconnaîtra les difficultés qu'il y a à le faire. Il n'y a rien qu'un ouvrier craigne autant que la critique manquant de jugement d'un coupeur qui ne connaît pas pratiquement le métier.

Il y a plusieurs méthodes de faire cet examen de vêtements. Le plan le plus général et peut-être le plus satisfaisant consiste pour le coupeur à examiner les articles qu'il a coupés lui-même. Mais, dans certaines maisons, un homme est spécialement engagé pour inspecter les vêtements, à mesure qu'ils sortent de l'atelier. Tout ce qui n'est pas correct comme fabrication ou tout article pour lequel les instructions données n'ont pas été suivies à la lettre est renvoyé, et l'examineur est tenu responsable d'une mauvaise manipulation et d'erreurs dans le détail de ces articles qu'il a examinés officiellement. Un autre plan que nous avons vu adopter consiste pour le coupeur-chef à inspecter les vestons tandis que l'assistant coupeur inspecte les pantalons et les gilets. Dans certaines maisons où l'ordre et le système dans le travail régnent en maîtres et où les choses se passent avec une précision mécanique, ce plan d'inspection des vêtements finis est adopté; cependant, il y a un nombre de cas où l'on remarque du relâchement particulièrement peut-être dans les maisons de moindre importance. C'est surtout aux jeunes que nous conseillons de prendre l'habitude de ne jamais permettre que des vêtements

quittent la maison avant d'être examinés. On peut éviter ainsi bien des désagréments et bien des réparations, en observant cette règle d'inspection.

On découvre ainsi tout défaut voyant, soit dans l'ajustage ou la façon. Si un veston est fait pour un client ayant à peu près la même taille que celui qui l'examine, alors le travail est facilité. Ce dernier n'a qu'à essayer le vêtement sur lui-même et à s'observer dans un miroir.

Il sera bon également d'indiquer quelques-uns des points qui méritent considération. Dans un veston, le collet est de première importance et le coupeur devrait observer s'il va bien, s'il a des dimensions correctes et si une harmonie parfaite règne entre les deux côtés quant à la largeur, etc., et si, le pli est bien le même. La hauteur du collet devrait être inspectée sur un ticket d'inspection remis à l'ouvrier, et ce point remarqué à l'examen. L'apparence générale du devant réclamera l'attention.

Un des ennuis qui arrivent fréquemment aujourd'hui c'est d'obtenir que l'ouvrier arrange les devants de manière à ce qu'ils s'ajustent sur la rondeur de la poitrine d'un homme. Si le devant et la doublure sont faufilés sur le genou ou sur quelque surface arrondie, tout ira bien; mais trop souvent, le devant est faufilé sur une planche et cousu à plat. Il s'ensuit que lorsque le vêtement a été porté quelque temps les devants se retournent en dehors au lieu de se courber en dedans. La doublure devrait être fixée lâchement de façon que le veston ne soit pas trop collant. Il faut veiller à ce qu'un pli soit amenagé dans le dos et sous les bras et à ce que la doublure des manches soit bien ajustée. Il sera bon de s'assurer que le crin placé sur les épaules a été fixé, car s'il ne l'était pas ce serait une source constante d'ennuis pour le client, ces crins se dérangeant constamment. Si des instructions spéciales ont été données pour le rembourrage ou pour la forme à donner aux épaules voyez à ce que ces instructions soient bien suivies.

Il est bon de passer l'inspection en se conformant non seulement au livre d'ordres, mais au ticket donné à l'ouvrier, parce que certains détails peuvent avoir été changés ou ajustés après l'essai. Une inspection doit être faite des poches, pour se rendre compte de leur nombre et de leur position. Ce n'est pas une chose nouvelle que, par manque de soin, une poche ait été omise; on devrait y passer la main pour s'assurer qu'elles sont toutes fortement attachées. Très souvent, ces choses insignifiantes font autant d'impression sur le client que le bon ajustage. Le

veston doit être boutonné pour voir si les boutons sont bien placés. Il ne faut pas négliger la manière dont les manches sont fixées et dont elles ont été traitées en général, en jetant un coup-d'oeil sur l'arrière de l'entournure du bras. Avant d'abandonner le veston, on mesure la longueur au dos et on vérifie la longueur des manches.

Dans les gilets, la doublure, les poches et la façon générale sont surveillées à peu près de la même manière qui a été employée pour le veston. L'ouverture et la longueur totale peuvent être comparées et mesurées. On a pour coutume, dans certains établissements de tailleurs, de mesurer la poitrine et la ceinture à partir de la couture du dos jusqu'au bord du devant. Ceci devrait donner environ 1 1/2 pouce de plus que la demi-mesure de poitrine et de la ceinture.

Pour les pantalons et pour le travail général, une attention spéciale doit être donnée à la longueur, la grandeur de la ceinture, les largeurs des jambes et on devrait s'assurer que les deux jambes sont de la même longueur.

Tandis que nous n'admettons pas un relâchement quelconque dans le travail de l'ouvrier, nous conseillons la modération dans les remontrances à leur adresser. Il n'est pas sage d'être trop difficile et d'ergoter sur des minuties; mais si un travail demande une correction, n'hésitez pas à le renvoyer à l'atelier. Les ouvriers apprécient un contre-maître juste. Bien entendu, il ne faut pas oublier le prix qui est payé.

Dans les remarques que nous venons de faire, nous nous sommes occupés plus particulièrement de la question qui a pour objet de découvrir des imperfections et des omissions de la part de l'ouvrier; mais la question a un autre côté. Ceux qui coupent les vêtements feraient bien de remarquer l'effet qu'à leur travail quand il est terminé, si les résultats du style adopté sont artistiques ou non, si les changements apportés ont produit le bien désiré. Ce genre de travail a souvent été d'une valeur éducative énorme pour le coupeur, sans qu'il s'en doute.

(Men's Dress, Londres).

Les coupeurs dans les grandes maisons de ganterie de Belgique et de France ont des salaires plus élevés même que ceux des coupeurs des tailleurs les plus fashionables de Londres et de New-York. Si difficile est l'art du coupeur de gants que les principaux coupeurs sont connus des commerçants de nom et de réputation et les couteaux spéciaux dont ils se servent sont si hautement appréciés qu'ils sont transmis en héritage de génération en génération.



Les Petits Chapeaux

Nous avons, dans un numéro précédent, dit les efforts de la ligue des Petits Chapeaux et raconté ses progrès.

"Femina", une des revues les plus élégantes de Paris qui, comme son nom l'indique, s'occupe des questions qui intéressent plus particulièrement le beau sexe, "Femina" a organisé pour la nuit du Réveillon, un concours de chapeaux de théâtre, un véritable concours pratique.

Quelques femmes du monde se rendront pendant la représentation de Noël, dans les différents théâtres de Paris et décerneront un prix à celles des spectatrices qui porteront la coiffure à la fois la moins volumineuse et la plus seyante. L'espérance d'une victoire fera, espérons le, ce que les raisonnements les plus sages n'ont pu faire et les salles de théâtre verront éclore le 24 décembre, le chapeau idéal. Et dans quelques semaines, dit un confrère parisien, le grand chapeau aura vécu.

A voir les jolis modèles ci-contre la prophétie pourrait se réaliser.

APPAREILS POUR ENLEVER LA POUSSIÈRE

Le problème de la poussière est un des plus vexants auxquels un marchand ait à faire face et tout ce qui aide à faciliter l'enlèvement de la poussière et de la saleté des planchers, des plafonds et des marchandises a une importance vitale, surtout pour le marchand de nouveautés. Actuellement il existe deux systèmes de nettoyage par l'air. Chacun d'eux demande une installation plutôt compliquée et tous les deux ont pour but d'enlever complètement la poussière de l'établissement sans lui permettre de circuler.

Le système du vide, dit "Dry Goods Economist", se compose d'une machine de compression, placée dans le sous-sol et actionnée par la vapeur ou l'électricité. Cette machine de compression est en communication avec les divers étages de l'établissement par l'intermédiaire d'une canalisation dont la surface interne est parfaitement unie et dont les coudes sont à angles très ouverts. Cette canalisation a des ouvertures aux divers étages, dans des endroits appropriés. A ces ouvertures sont adaptés des tuyaux et ces tuyaux sont terminés par des bouts d'une construction spéciale.

La machine étant mise en mouvement, l'opérateur promène les orifices des tuyaux sur les planchers, les tapis, et tout ce qui a besoin d'être nettoyé. L'air est promptement aspiré jusqu'à ce qu'un vide se fasse; un courant d'air fort et continu se produit et la poussière est attirée dans le sous-sol. Là elle est reçue sans un récipient qui en dépose une grande partie par la force centrifuge. L'air chargé de poussière pénétre alors dans un compartiment rempli d'eau qui retient le reste de la poussière.

Le second système nécessite également une machinerie dans le sous-sol et le même arrangement de canalisation, tuyaux et orifices de tuyaux, etc., aux divers étages. Dans ce système, les orifices des tuyaux envoient un jet d'air sur les articles à nettoyer, ce qui déloge toutes les particules de poussière; un vide produit ensuite les attire toutes dans le sous-sol.

Ces deux systèmes sont en opération depuis quelque temps dans divers magasins de New-York et il n'est pas douteux que leur usage s'étendra.

Une maison importante de l'Ouest, en nous faisant une description de son magasin, nous disait: "Sur tous les planchers de nos deuxième et troisième étages, il y a un épais tapis de velours, qui soulage beaucoup les acheteuses fatiguées de piétiner sur les planchers nus des maisons rivales. Nous pouvons tapiser ainsi nos planchers, parce que nous avons un système de nettoyage pneumatique qui nous permet de tenir les tapis libres de poussière, avec une dépense minimum".

TISSUS ET NOUVEAUTES

Une grande maison de détail de New-York, pourvue d'un système de nettoyage, dit qu'il n'y a rien de meilleur pour les tapis, mais que pour les planchers en bois, le travail de ce système est quelque peu déficieux et doit être aidé d'un lavage de temps en temps. Cela s'explique par le fait qu'il existe très peu de planchers parfaitement unis et exempts de fentes et, quand on promène les orifices des tuyaux sur une surface inégale, une certaine quantité de poussière leur échappe. Cette maison dit aussi que, pour le nettoyage des comptoirs, etc., l'appareil est trop lourd et trop encombrant pour lutter avantageusement avec le torchon; mais quand le torchon a jeté la poussière sur le plancher, l'appareil est très bon pour la faire disparaître. Il est très efficace quand on l'emploie sous les comptoirs et sur les rayons.

Cette maison dit aussi qu'elle emploie ce système de nettoyage avec d'excellents résultats dans son département des tapis et des rugs et qu'il lui serait difficile de s'en passer. Ce système a été employé dans son département des confections avec beaucoup de succès sur les costumes en velours froissés par l'emballage; il a pour effet de relever le velours et de lui donner un bel aspect de fraîcheur.

La différence du coût d'installation dans un établissement de trois étages mesurant 50 x 125 pieds et dans un bâtiment à quatre étages et sous-sol avec devanture de 150 pieds est très légère; elle consiste seulement dans la canalisation plus étendue. Pour un magasin de plus grandes dimensions, il faut une dynamo ou une machine à vapeur plus puissante.

Comme il a été déjà dit, la machinerie est installée dans le sous-sol. Il est donc nécessaire que la canalisation ait, à chaque étage des prises d'air en nombre suffisant pour qu'un tuyau de 50 pieds couvre toute la surface du plancher.

Pour munir un magasin, disons de 109 x 125 pieds, d'un appareil de nettoyage fonctionnant par l'air comprimé et le vide, la dépense varie de \$700 à \$1,000; mais pour le système de nettoyage par le vide seul, la dépense serait double ou même plus forte encore. Les deux systèmes exigent un moteur de 7-12 chevaux et, si l'établissement est élevé de dix étages, un moteur de 10 chevaux est nécessaire.

Avec ces appareils, sont fournis un certain nombre d'orifices de tuyaux pour usages spéciaux. Un instrument court et léger sert à nettoyer les meubles des tapisseries et les vêtements; les résultats obtenus sont excellents. La pression de l'air peut être réglée de telle sorte qu'on peut opérer sur les tissus les plus délicats sans crainte de les déchirer. Il est surprenant que cet instrument ne

soit pas d'un usage plus général pour nettoyer les coupons et les confections.

Pour le nettoyage des planchers nus et des murs, une brosse avec pression d'air en arrière est employée dans le système du vide.

Pour les tapis, rugs, etc., l'instrument est plus pesant et beaucoup plus large, et on le promène lentement à leur surface. Ce procédé enlève la poussière ainsi que tous les petits morceaux de gravier, etc., qui tendraient à abîmer la marchandise. Bien mieux, ce système enlève immédiatement la poussière de l'établissement sans lui permettre de se répandre dans l'air et de se déposer ailleurs, comme la chose se passe quand on nettoie un tapis avec un balai. D'après les renseignements recueillis à des sources diverses, un homme peut nettoyer de cette manière une plus grande surface et beaucoup plus efficacement qu'avec le vieux système du balai.

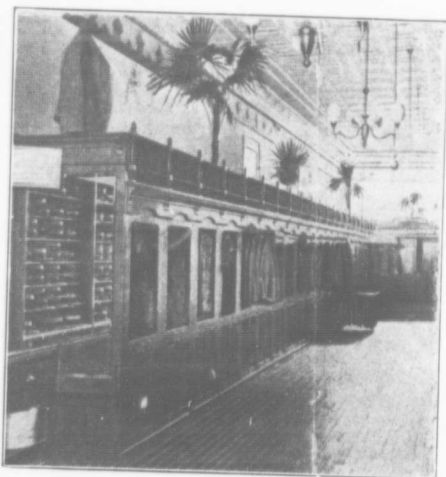
Dans le système à air comprimé, un long et mince orifice de tuyau peut être inséré dans un oreiller ou un matelas et, au moyen d'un fort jet d'air, toute la poussière en est chassée. Ce système comporte aussi un instrument par lequel un jet d'air peut être envoyé doucement sur des plumes de chapeaux. Les résultats obtenus sont splendides.

On prétend qu'au moyen du système de nettoyage par le vide, avec un vide de quinze pouces, il est possible de promener l'orifice du tuyau à la surface extérieure d'un matelas ou d'un oreiller et d'extraire instantanément toute la poussière qui se trouve à l'intérieur.

Bien entendu, il est très rare qu'un département se trouve dans l'obligation de nettoyer des matelas et des oreillers; mais ces accessoires ne sont mentionnés que pour montrer ce que la machine peut faire.

Quand un marchand cherche à calculer le profit que peut lui procurer la dépense faite pour l'installation et le fonctionnement d'un système de nettoyage mécanique, il doit tenir compte de la plus grande facilité avec laquelle le nettoyage se fait, du fait que la poussière disparaît complètement de l'établissement et qu'elle n'a aucune possibilité de se répandre et de se déposer sur ses marchandises, comme quand on se sert d'un balai ou d'une brosse. Il doit aussi se rappeler que cette machine est excellente pour le dessous des rayons, les tiroirs, les coins et recoins et qu'on ne pourra probablement jamais trouver d'autre moyen de faire disparaître la poussière.

L'annonce représente la vapeur qui actionne la machinerie, montez la vapeur. La publicité est le lubrifiant des affaires, ne ménagez pas l'huile. La publicité est le réveil-matin des affaires, sonnez le réveil.



SYSTEME PATENTE

DE
Garde-Robes Weir

Pour la manipulation économique et scientifique des vêtements confectionnés d'hommes et de femmes.

Chaque Garde-Robe à compartiments est complet par lui-même. Le système comprend : Salles d'essayage, cages d'escaliers, fausses devantures, etc., toutes de dimensions uniformes, qui peuvent être employées avec les armoires à vêtements.

La capacité de chaque modèle est la suivante : Haute stature, largeur 30", profondeur 48", hauteur intérieure, 6 pieds, 6 pouces ; contenance, 50 costumes complets et 25 pantalons dépareillés. Tringles avec anneau en bois dur ou en métal. Liste de prix, catalogues et estimés fournis sur demande. Les marchands qui pensent reconstruire leur magasin sont spécialement requis de voir les comptoirs pour costumes et pantalons, patente WEIR, la seule chose de son genre en existence.

Weir Wardrobe Co'y of Canada, Ltd.

Bureaux principaux et manufacture à
MOUNT FOREST, Ont.
Manufacture aux Etats Unis. MASON CITY, Iowa.

NOUS SOMMES EN MESURE

de faire de très fortes réductions de prix sur notre Stock de Fourrures, qui offre un assortiment splendide. La vente à prix réduits continuera jusqu'au **15 JANVIER 1907.**

Notre Assortiment consiste en :

Colerettes, Etoles, Tours de Cou, Boas, Manchons

Et toutes les Fourrures de fantaisie, absolument dernier genre, en **ALASKA, VISON, MARTE, ZIBELINE de Russie.**

En marchandises pesantes, nous offrons :

Manteaux pour Dames, en Mouton de Perse, en "Electric Seal," garni de Vison.

Manteaux de fourrure pour Messieurs, en Chat Sauvage, Bulgarie, Loup noir

MANTEAUX DOUBLÉS de FOURRURE.

The Northwestern Fur M'g Co'y

393, rue St-Paul, MONTREAL.

LE CHEVREAU GANTERIE

La hausse de la peau. — La hausse du gant obligatoire

Les prix pratiqués cette saison 1906, pour l'achat des chevreaux en poil ont dépassé toutes les prévisions, dit la "Halle aux Cuirs."

Dès le mois de mars et au commencement d'avril on signalait une tendance à la hausse, on savait que les chevreaux des pays étrangers en grande taille avaient monté beaucoup, vu la grande demande résultant de la mode des manches courtes pour les dames, ce qui entraînait le port des gants allant jusqu'au biceps du bras.

Il fallait donc se procurer de grandes peaux et les pays étrangers qui en fournissent profitèrent de la situation pour monter les prix. Les provenances d'Espagne et d'Italie qui se traitent avant la saison des provenances de France montrèrent dès le début des prix de 25 à 35 pour cent plus élevés que ceux des années précédentes, dans ces conditions, les ramasseurs en France se jetèrent sur les peaux qu'ils rencontraient et comme toujours, ils se firent une telle concurrence que chaque semaine les prix montaient le plusieurs francs.

Avant la foire de Clermont du 9 mai, les fabricants ayant de grands besoins considéraient qu'il se produirait une hausse sensible d'environ 10 francs par douzaine, mais ils étaient bien au-dessous de la vérité, car à la foire de Clermont, le chevreau qui valait en 1905, 24 à 26 fr. est monté à 37, 39 et 42 fr.

Le 10 mai, à la foire de Tours, les têtes étaient déjà enflammées, les détenteurs de la région reçurent de belles offres auxquelles ils ne voulurent pas vendre.

A quelques jours de là, le 26 mai, à la foire des Poitiers, alors que les acheteurs habituels comptaient payer au maximum 45, une maison étrangère a enlevé une partie des lots à 50 fr.

De sorte que dans toute cette région, y compris la Touraine, le prix de 50 fr. était à l'ordre du jour, il a été même dépassé.

A la foire de Limoges, les cours ont été sur place de 43 à 46 fr. et les beaux lots d'expéditeurs à 47 et 48 fr. 50.

A Aurillac, foire du 26 mai, que les tuteurs de chevreaux attendaient avec impatience, espérant vendre encore plus cher, car on parlait de 55 fr., les fabricants de gants n'ont pas voulu suivre cette course effrénée, toutefois, les quelques milliers de douzaines qui étaient sur la place ont néanmoins trouvé preneur de 46 à 48 fr. et même 50 fr.

La foire de Riom du 18 a été calme, les peaux bonne sorte ordinaire ont ob-

TISSUS ET NOUVEAUTÉS

tenu 40, 42 et 45 fr. et les extra 50 et 52 fr.

Le 10 juin, à Digoin, le prix moyen obtenu pour les chevreaux du Charolais a été de 52 fr. et pour lots extra 53 fr.

A Paray-le-Monial, le 19 juin, les cours ont été également de 52 à 53 fr. A Châlon-sur-Saône on a dû payer:

Peaux de l'Est	40 00	44 00
Peaux de l'Yonne	46 00	48 00
Les autunois	48 00	51 00
Les maconnais	44 00	48 00

Les fabricants sont inquiets de cette situation exagérée; au moment où la ganterie sortait de la position critique qu'elle subissait depuis longtemps, elle se voit arrêtée par une élévation colossale et subite de sa matière première; les fabricants ne veulent plus traiter qu'en baisse.

En résumé, on peut dire que les prix de l'année dernière sont doublés.

Afin de donner une idée exacte de la situation, car il est bon que les fabricants de gants mettent sous les yeux de leur clientèle les nouveaux prix de la peau brute sur lesquels on règle ceux de la peau mégissée et du gant, voici un tableau de comparaison des prix entre 1905 et 1906.

Chevreau en poil.

Prix comparatifs 1905-1906.

	1905		1906	
	min	max	min	max
<i>Provenances étrangères</i>				
Plata Cordoba	13 00	15 00	19 00	22 00
Mexique	5 50	8 00	9 00	11 50
do	12 00	14 70	17 00	20 00
Chili	12 00	15 00	18 00	23 00
Copimbo	11 00	16 00	23 00	28 00
Valparaiso	14 00	15 00	24 00	26 00
Espagne	18 00	22 00	26 00	31 00
Italie	18 00	20 00	26 00	30 00
<i>Provenances françaises</i>				
Clermont	23 00	26 00	42 00	44 00
Valence	24 00	28 00	48 00	53 00
Tours	26 00	29 00	48 00	52 00
Poitiers	24 00	28 00	48 00	50 00
Limoges	23 00	26 00	45 00	48 50
Le Mans	28 00	29 00	48 00	50 00
Aurillac	27 00	29 00	46 00	50 00
Lunéville	19 00	22 00	31 00	36 00
Riom	23 00	31 00	42 00	52 00
Digoin	26 00	29 00	52 00	53 00
Paray-le-Monial	—	—	52 00	53 00
Chalon-sur-Saône	22 00	24 00	42 00	52 00
Noyon	20 00	25 00	46 00	48 00
Bretagne	17 00	19 00	31 00	33 00
Limousin	22 00	25 00	—	—
Creuse	25 00	30 00	—	—
Allier	24 00	25 00	—	—
Cantal	26 00	29 00	—	—
Haute-Loire	28 00	30 00	—	—
Sologne et Berry	—	—	42 00	45 00
Indre	—	—	45 00	48 00
Vendée	—	—	48 00	50 00

L'IMPORTANCE D'UN SYSTEME

Vous pouvez éviter la routine; mais si vous n'en mettez pas une certaine quantité dans vos affaires sous forme de système, vous aurez bientôt l'occasion d'être désappointé.

Aucune affaire ne peut réussir sans système. Certains marchands échouent

parce qu'ils poussent leur système à l'extrême. Un problème très difficile à résoudre consiste à adopter un juste milieu. Chaque commerce doit avoir un système qui lui soit propre et doit être administré en conséquence. Il ne faut pas négliger les détails. Ils représentent la base de tous les systèmes. Une partie quelconque de votre système doit s'appliquer à la solution des cas imprévus.

Chaque transaction signifie une mise à l'épreuve d'une certaine partie de votre système, et l'exécution bien faite ou mal faite de la transaction décide de la valeur de ce système. Chaque fois qu'il se présente de nouvelles conditions que votre système n'a pas prévues, injectez plus de système dans vos affaires. Ne permettez pas que ces conditions se présentent une seconde fois sans que vous y ayez pourvu.

Un système convenablement organisé vise à alléger les devoirs du gérant d'une telle sorte qu'il ne soit pas nécessaire de le consulter au sujet de détails insignifiants. Chaque employé à qui une certaine partie des affaires est confiée doit à son tour diviser son travail de manière à n'être pas accablé par un labeur non nécessaire. Chacun doit avoir sa partie et jouer son rôle.

Quand les conditions des affaires nécessitent un travail supplémentaire ou surchargent un département, créez un nouveau département, si nécessaire, ou divisez le travail de manière à éliminer le mal. De même, il peut arriver qu'il n'y ait pas assez de travail pour occuper tous les départements. Dans ce cas réduisez plusieurs départements en un seul. Un système bien réparti n'admet pas que des employés restent inoccupés. Il y a toujours quelque travail à faire, au bureau, dans la manufacture ou dans le magasin.

Le propriétaire d'un certain établissement remarquant un jour un commis inoccupé, lui demanda ce qu'il faisait. "Je réfléchis", répondit celui-ci. "Nous ne vous employons pas uniquement pour réfléchir", dit le marchand; "trouvez à occuper vos mains aussi bien que votre esprit". L'homme ou la femme qui travaille sans penser ou qui pense sans travailler, ne devrait pas trouver place dans votre établissement. Un employé doit faire les deux.

La vente d'un sac de café demande autant de réflexion que le travail d'un "typewriter". Toutes les opérations commerciales demandent une certaine portion de travail et de réflexion. Un peu plus de réflexion peut diminuer votre labeur—un peu plus de travail manuel peut dégrader votre esprit. Votre système doit décider de la proportion à employer dans chaque occasion.

L'homme qui tolère le gaspillage du temps ou du travail néglige une partie

Aux Fournisseurs d'Articles pour Hommes:

Bien qu'outillés pour un commerce plus fort que jamais auparavant, nous serons forcés, en raisons des affaires pressées des fêtes, de cesser d'accepter des ordres pour la livraison à Noël, dans quelques jours.

Nous avons récemment envoyé à nos représentants, un petit nombre d'assortiments de soieries magnifiques, convenant spécialement au commerce des fêtes. Cela vaudra la peine d'examiner notre assortiment et de placer des ordres en temps convenable.

Nous profitons de cette occasion pour remercier nos clients de leur commerce précieux de la saison dernière et pour leur assurer, pour le Printemps, assez de nouveautés ingénieuses en fait de cravates d'hommes, pour mériter la continuation de leur patronage. Notre commerce a été des plus satisfaisants et nous continuerons à produire nos cravates de cette manière supérieure qui nous a procuré le succès.

Featherbone Novelty Co.

Toronto

Fabricants des

Echarpes de Reid pour Hommes

Nous pouvons encore fournir la boîte "Holly." Pour sa description, voyez le Numéro de Novembre de "Tissus et Nouveautés," page 27.

des plus importantes de son système. Le succès financier de nos grands établissements d'emballage est basé sur un principe unique—l'utilisation de chaque parcelle de matière première.

Toutes les grandes fortunes ont pour base le système. Le système est la loi qui régit votre commerce. La prospérité ou l'insuccès de vos affaires dépendent du système. C'est à vous à sonder ensemble tous les anneaux de ce système pour en empêcher la destruction. Un anneau faible cause un effort inutile sur tous les autres, ceux-ci à leur tour s'affaiblissent le tout.

Encouragez vos employés à vous aider à perfectionner votre système et récompensez-les des suggestions acceptables qu'ils peuvent vous faire.

Un des plus grands établissements de détail au monde offre continuellement un dollar pour chaque suggestion qu'il accepte de ses employés et son commerce est reconnu comme le mieux systématiquement qui existe.

L'ENTHOUSIASME DANS LES ANNONCES

L'enthousiasme est la vie du commerce, c'est aussi le souffle qui donne de la vie aux annonces. Il faut toujours applaudir à un enthousiasme de bon aloi, non pas à ces transports violents d'hommes qui s'imaginent vainement connaître tout, mais à cet enthousiasme basé sur la confiance aux marchandes et la confiance aux personnes aptes à faire mouvoir les marchandes.

L'enthousiasme dans la publicité signifie précisément la même chose et son influence se fait sentir dans le monde entier. L'annonceur timide ne réussit jamais, celui qui s'essaye réussit quelquefois, mais l'annonceur véritablement enthousiaste atteint sûrement le but de son ambition.

C'est la connaissance des hommes et des choses, soutenue par un enthousiasme de bon aloi, qui fait le succès de l'annonceur.

Un tel enthousiasme a quelque chose de contagieux et donne aux annonces un certain caractère qui convainc ceux qui les lisent.

Une annonce réellement bien faite n'est jamais perdue. Ses résultats immédiats peuvent vous désappointer quelquefois, mais son influence ne s'arrêtera pas simplement à la conclusion des affaires d'une semaine. Le développement continu du commerce d'un magasin peut être attribué en grande partie à une publicité bien comprise qui a semblé, pendant un certain temps, manquer son but. L'annonce faite habilement, convaincante, n'est pas oubliée, même si elle ne produit pas d'effets immédiats.

Weir Wardrobe Company

La Compagnie Weir Wardrobe & Store Fixture Economy fait des progrès rapides dans ses affaires, et trouvant que son établissement actuel ne correspond pas du tout à ses exigences, elle a décidé de doubler sa capacité, afin de se trouver prête pour les affaires du printemps. Le nouvel édifice, quand il sera terminé, aura 142 pieds, sur une profondeur moyenne de 80 pieds, et sera une des manufactures ayant les plus beaux et les meilleurs accessoires de magasins du continent.

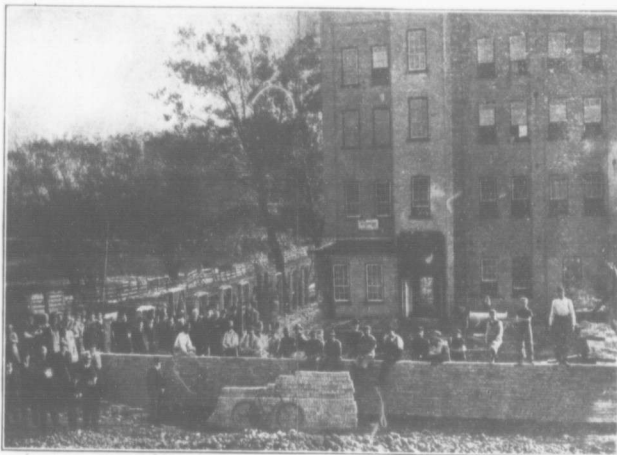
Cette maison est d'origine récente, récemment, car elle ne fonctionne que depuis trois ans; mais la demande croissante pour les ameublements modernes

son s'est fait une réputation durable et en recueillera le bénéfice.

Ce mois-ci, la compagnie expédie des lots de chapeaux d'armoire à vêtements aux magasins de la Hudson Bay à Calgary, à Lethbridge & MacLeod, tandis qu'au commencement de l'année, elle a eu un ordre pour outiller la maison Révillos Frères, à Edmonton, une des maisons de détail les plus considérables de l'Ouest du Canada.

MM. Rutan & Chipman, Foot Garry Court, Winnipeg, représentent cette Compagnie dans l'Ouest. M. Weir, J. J. Sowerby et H. Gordon Stovel, ont charge de ses intérêts dans Ontario, Québec et les provinces maritimes.

La Compagnie vient de publier un catalogue très beau de ses armoires à vête-



Pose de la pierre angulaire de la partie qui a été ajoutée à la manufacture de la Compagnie Weir Wardrobe, à Mount Forest, le 16 octobre, par le sénateur McMullen, le Maire et le Conseil Municipal.

de magasins a beaucoup aidé à la mettre en avant.

Ses armoires à vêtements [wardrobes] et ses accessoires de magasins étant protégés par des brevets exclusifs et encore par d'autres brevets, pour protéger davantage ses produits en détail, il n'y a aucun doute qu'avec la population croissante du Canada, il se fait une demande pour ameublements modernes de magasins, qui facilite la vente de toutes marchandises de cette classe. Cette mai-

sons, avec de magnifiques illustrations. Un fait important de cette partie de ses affaires, c'est que la maison vend ses marchandises directement au consommateur; elle économise ainsi à l'acheteur en perspective les profits que ferait un intermédiaire. Faisant sa publicité par elle-même, et expédiant directement de sa manufacture, cette Compagnie peut placer ses marchandises sur le marché à un grand avantage pour elle-même et pour ses clients.

CE QU'IL FAUT LIRE

Au lieu de lire à l'excès des écrits de peu de valeur, le marchand devrait adopter un bon journal consacré aux intérêts de son commerce, un journal qui lui vienne en aide, qui le renseigne, qui le guide, qui soit pour lui un philosophe et un ami. Quand vous avez pris l'ha-

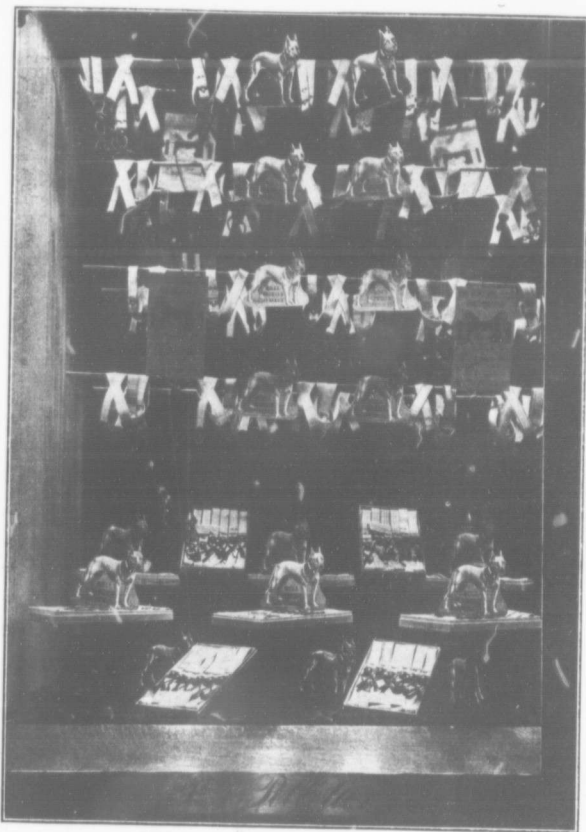
bitude de lire un journal de ce genre, vous n'avez aucun désir d'en lire d'autres à nouvelles sensationnelles; vous avez plutôt le désir de lire des écrits d'un ordre élevé—des écrits qui tendent à former des hommes d'affaires d'un type supérieur—des hommes qui font leur marque et qui semblent éclipser leurs voisins moins réfléchis et qui ne réussissent jamais à rien.

Vitrine à effet

Un étalage condensé est une idée à laquelle ont bien réfléchi beaucoup d'étalagistes experts, comme étant plus attrayant qu'un étalage où divers objets se

trouvent pêle-mêle. On ne pourrait imaginer un article plus désirable que les bretelles. Quelques douzaines, bien disposées avec

avec huit ou dix douzaines de bretelles Bull Terrier, a fait un étalage qui attire la foule. Les Bull Terriers sont fournis par la Dominion Suspender Co.



trouvent pêle-mêle. On ne pourrait imaginer un article plus désirable que les bretelles. Quelques douzaines, bien disposées avec

avec huit ou dix douzaines de bretelles Bull Terrier, a fait un étalage qui attire la foule. Les Bull Terriers sont fournis par la Dominion Suspender Co.

LES JOURNAUX COMMERCIAUX

On a beaucoup parlé, on a beaucoup écrit sur la valeur des journaux commerciaux; le sujet n'est donc pas très nouveau, mais il est digne de l'attention et de la réflexion de tout homme qui est dans le commerce, quelle que soit sa partie, car il n'est pas une seule branche du commerce qui n'ait ses journaux spéciaux.

Ceci est vrai de toutes les occupations. De quelque manière qu'un homme cherche à gagner sa vie, il rencontre d'autres hommes se livrant à la même occupation. Tous peuvent ne pas le faire d'après les mêmes méthodes, il n'en est pas moins vrai que cette occupation n'est pas unique. Dès qu'un certain nombre de personnes font le même genre de travail, quelqu'un lance un journal s'occupant des besoins de ces personnes.

Le champ embrassé par les journaux commerciaux est vaste. Ces journaux s'occupent de tous les commerces, de toutes les professions, portent partout la bonne parole, luttent dans l'intérêt de la branche qu'ils représentent, renseignent ceux qui les lisent sur ce que font les autres commerçants et éveillent leur attention sur les nouveautés qui se produisent continuellement.

Si les journaux commerciaux disparaissaient tout-à-coup, les résultats seraient terribles. Si ces intermédiaires entre les diverses personnes s'occupant du même commerce cessaient tout d'un coup de circuler, les affaires, la science, les commerces et les professions reculeraient avant qu'il soit longtemps et paufferaient dans l'obscurité, sans pouvoir faire de progrès, faute de lumière et de renseignements.

Sans journaux commerciaux, les affaires prendraient un aspect particulier. L'activité et les progrès actuels seraient choses du passé, les toiles d'araignées orneraient l'entrée d'un grand nombre de magasins de détail de la campagne, les marchands de gros et les distributeurs seraient forcés de chercher un autre moyen de gagner leur vie. Les manufactures fermeraient leurs portes, faute de commandes et des milliers d'hommes seraient sans emploi.

Si les journaux commerciaux disparaissaient soudainement, et qu'il ne reste plus que les catalogues des maisons faisant affaires par correspondance, le résultat serait encore plus désastreux, car on ne vendrait que les marchandises qui se vendent par correspondance et cela, aux prix demandés par les vendeurs.

Les journaux commerciaux contribuent beaucoup au développement d'un pays. Ils accomplissent de grandes choses, car ils s'adressent à certaines classes de population qui travaillent à l'unisson, grâce à leurs organes.

Il n'est pas probable que les journaux commerciaux cessent jamais d'exister, car ils sont aussi importants au pays qu'un bon gouvernement à l'existence heureuse du peuple.

Par l'intermédiaire des journaux commerciaux, les manufacturiers attirent l'attention des marchands de gros sur leurs produits; par le même intermédiaire, les marchands de gros attirent l'attention des détaillants sur leurs marchandises et, grâce aux renseignements fournis par les journaux commerciaux, les détaillants peuvent attirer l'attention des consommateurs sur les marchandises à vendre. On voit donc que, par un enchaînement continu, les journaux commerciaux font passer les marchandises entre toutes les mains, à partir de la matière première jusqu'à ce qu'elles arrivent entre les mains du consommateur. Sans eux le problème de la distribution serait difficile à résoudre.

QU'EST-CE QUE LE CREDIT ?

Le mot crédit est le nom donné à cette confiance qu'on accorde à certaines personnes, à cause de leur caractère et de leurs ressources. Le crédit est une estimation ou une opinion de la capacité des personnes et de leur intention d'observer les contrats qu'elles font en affaires. C'est l'échange d'argent, de marchandises ou d'autres choses ayant de la valeur, sur promesse de paiement futur.

Le crédit en lui-même ne rapporte rien; en conséquence, c'est l'opposé de l'argent avec lequel on paie les dettes. L'homme qui paie argent comptant se sert du profit déjà accru; celui qui achète à crédit anticipe sur les profits de l'avenir. Le crédit, c'est la confiance: confiance dans l'intégrité et la capacité du client, confiance dans la communauté dans laquelle il fait affaires, confiance dans le pays et la province où il vit et enfin, confiance dans sa force pour diriger son commerce et dans ses ressources. Sans tout cela, il n'y aurait pas de crédit. Le crédit est basé largement sur les ressources tangibles ou sur l'actif, et je crois que l'époque arrivera bientôt où il n'y aura pas d'autre base d'estimation d'un homme que son caractère et ce que ce caractère accomplit. L'argent a eu son temps, et à partir de maintenant, il placera son possesseur en pleine lumière, quant aux moyens qu'il a employés pour l'accumuler.

L'argent n'est pas tout dans ce monde. Qui voyez-vous à la tête des églises, des écoles, des universités, etc.? Ce ne sont pas des hommes riches; ce sont des hommes de caractère. Je me rappelle la mort d'un homme riche qui vivait dans une petite ville peu éloignée de celle que j'habitais. Il vivait seul, et sans ses parents, il serait mort seul. Il était honnête et juste en affaires, mais que pouvait faire au monde sa vie ou sa mort? Quelle aide avait-il donnée aux malheureux? Quelles charités avait-il accomplies? Quelque temps après lui, son employé mourut aussi; il avait travaillé pendant des années avec un faible salaire. Ce dernier n'avait-il rien fait pour la communauté? Les maisons d'affaires ferment leurs portes, le jour de ses funérailles; tous ceux qui suivirent son deuil remplissaient la maison, la cour et la rue. La communauté avait perdu un ami. Toute sa vie, il avait rendu service à d'autres; il n'avait pas d'argent, mais il avait ce que l'argent ne peut pas acheter—du caractère, et en réalité, la communauté avait besoin de lui plus que de l'autre.

Les affaires des commerçants en général se font à crédit et je crois que la plupart des faillites peuvent être dues au manque de soins et à l'abus du crédit. Quand on examine la liste des faillites, on trouve qu'elles sont dues aux

causes suivantes: incompétence, manque de capital, négligence dans les affaires, dépenses personnelles extravagantes, spéculations, crédit accordé peu sage-ment et fraude. D'un autre côté il y a des causes de faillites que ne peut contrôler le commerçant malheureux.

Comme on peut le remarquer, huit de ces causes de faillite sont attribuables au marchand lui-même, ce qui tend à prouver que plus des trois-quarts de toutes les faillites qui se produisent sont dues aux fautes commises par les faillis. Un homme peut venir dans votre ville, avec, disons \$500, dont les deux tiers pourraient servir à un premier paiement sur un quart, la moitié ou un terrain complet. Il peut acheter de la machinerie, etc., et le premier paiement absorberait ce qui lui resterait en argent sonnait. Cet homme doit se maintenir pendant les premières années. Quelque marchand général, dans le désir d'acquiescer un nouveau client, accorde à cet homme du crédit sans faire de recherches convenables à ce sujet. Ceux qui ont vendu la machinerie, le terrain sur un sûreté, car ils ont une sûreté sur ce terrain, sur cette machinerie. Qu'a le marchand pour le mettre en sûreté? Rien. Si la récolte de l'année est bonne et si le fermier est un homme ayant du caractère, il a une chance de réduire son compte de deux cents à peut-être cent dollars. Pendant ce temps, le compte augmente toujours. Ce genre d'affaires est désigné sous le nom de mauvaise administration, et si le marchand a beaucoup de comptes de ce genre, faut-il s'étonner qu'il soit forcé de faire faillite, tandis que d'autres perdent des escomptes qui devraient leur appartenir? L'organisation est le seul remède à cela.

LES CLIENTS RECONTENTIS

La manière de traiter un client qui a une plainte à faire est un problème qu'ont toujours à résoudre les vendeurs dans toutes les lignes et peu d'entre eux relativement possèdent l'art d'apaiser le plaignant, de le satisfaire et, en même temps, de défendre leur maison de commerce contre des demandes déloyales, dit W. H. Wade dans "Salesmanship."

Cela demande autant de tact que la vente des marchandises.

Dans nombre de cas, on peut mettre à profit une plainte faite par un client mécontent, pourvu que l'homme qui porte plainte soit sincère, mais se trompe.

Le vendeur devrait prendre une attitude conservatrice jusqu'à ce qu'il ait examiné entièrement ce qui a donné lieu à la plainte. S'il commence immédiatement à assurer au client qu'il a dû se tromper, celui-ci, qui se sent sûr de n'avoir pas fait d'erreur, considère qu'une

insulte à son intelligence est ajoutée au tort qui lui a été fait ou qu'il croit lui avoir été fait. Déjà fâché, il devient obstiné et plus exigeant dans ses demandes pour obtenir une réparation. Dans ces circonstances, si le vendeur ne peut pas promettre de satisfaire à toute demande raisonnable, il perdra probablement une partie du patronage de son client ou même ce patronage tout entier.

Dans les cas où le tort causé à un client est purement imaginaire, ou bien quand le sujet de plainte est inventé par le client désirant se débarrasser des marchandises—et ces cas sont plus nombreux que les autres—le vendeur devrait prendre résolument le parti de sa maison.

C'est d'une pauvre politique que d'acquiescer aux plaintes d'un client, quand ses plaintes ne sont pas fondées, simplement par crainte de l'offenser et de perdre sa clientèle.

Si le client a fait une erreur, il s'en apercevra tôt ou tard; quand l'affaire sera passée, le vendeur sera à même de démontrer le fait. Le client alors sera forcé de respecter le vendeur en raison de l'attitude qu'il a prise et, d'habitude, sera prêt à reprendre ses relations d'affaires sur une base plus importante qu'auparavant.

Mais si le vendeur par faiblesse prend la part du client, croyant ainsi faire preuve de politesse, il s'expose aux critiques de sa maison et de son client; car lorsque ce dernier s'apercevra plus tard, comme cela arrivera presque à coup sûr, que sa réclamation n'était pas juste, il se rendra compte que le vendeur est un être faible et que la maison qu'il représente est mal administrée.

La manière dont certains vendeurs admettent que le client doit toujours avoir raison et le marchand toujours tort est un indice soit de leur loyauté, soit de leur jugement en fait de commerce.

CE QUE DEVIENNENT LES COMMIS DE MAGASIN

Que deviennent tous les commis de magasin? Nous rencontrons parfois un commis blanchi sous le harnais, qui est dans le commerce depuis sa jeunesse, et qui en connaît tous les tours et les détours par l'expérience qu'il a acquise au cours de nombreuses années. Mais ces employés sont relativement rares.

Où sont tous ces jeunes hommes pimpants qui se tenaient derrière les comptoirs de magasins il y a dix ou vingt ans? Leurs places pour la plupart, ont été prises par d'autres tout aussi pimpants, tout aussi jeunes. Deux situations attendent la majorité des commis de magasins: ou il s'élève

dans la hiérarchie commerciale, ou ils quittent complètement les affaires.

Quelques employés, qui ont des aptitudes, le désir et la résolution d'arriver, atteignent de hautes positions. Ils s'élèvent peu à peu dans l'estime de leurs patrons, puis dans le service; ils entrent dans quelque autre magasin où les salaires sont plus élevés et les occasions d'avancement plus nombreuses; ils obtiennent des positions de confiance qui leur rapportent des profits; enfin ils deviennent associés ou propriétaires, dit *Oregon Tradesman*.

D'autres formant aujourd'hui, nous le croyons, la masse du personnel des commis, remplissent leurs devoirs avec légèreté. Ils considèrent l'emploi de commis comme un pis-aller et n'y ont recours qu'à bout de ressources. Cet emploi est regardé par eux comme une situation où il y a peu à gagner et pas grand-chose à faire. Ils ne le considèrent pas comme un métier qu'il faut apprendre. Une parole facile, de la vivacité d'esprit et une disposition à l'inactivité, voilà toutes les qualifications jugées nécessaires par eux pour être commis de magasin. Il n'est pas difficile de voir ce que ces jeunes gens deviennent: ils se promènent de magasin en magasin et choisissent enfin une autre vocation. Leur utilité derrière un comptoir a bien vite fait de disparaître.

Peu de commis restent commis. Ils sont généralement trop bons ou trop mauvais. Le jeune homme qui a en lui l'instinct commercial se fera une place dans le monde du commerce, tandis qu'il échouerait dans tout autre métier.

Celui qui ne possède pas cet instinct peut s'élever de plusieurs échelons par la simple force de sa volonté et par son désir d'apprendre. Cet instinct commercial a une grande valeur pour le commis de magasin, mais il peut réussir, tout au moins jusqu'à un certain point, quand même il n'est pas très bien doué sous ce rapport, comme il peut aussi échouer s'il est mieux doué et si cet instinct commercial n'est pas soutenu par l'honnêteté, la force de caractère et la constance.

Les commis s'élèvent ou s'abaissent et disparaissent des affaires. Peu d'entre eux peuvent espérer rester où ils sont pendant un temps assez long, et peu devraient le désirer. Soyez certains, commis de magasin, que vous ne resterez pas de nombreuses années derrière un comptoir. Vous pouvez, par vos efforts sincères, vous élever à une position de confiance, où vous gagnerez de l'argent; vous pouvez aussi disparaître complètement du monde commercial, et le temps que vous y aurez passé sera du temps entièrement perdu. Si vous voulez être commis de maga-



M. le Marchand.—Vous savez que le bon goût interdit l'usage pour les personnes les mieux mises de Nœuds tout faits. Les Nœuds sont cependant commodes et économiques, et un nœud fait à la main sera populaire et aura du succès. Notre ligne de Nœuds 705, 706, 707, 597 et 598 comprend des Nœuds tout faits de cette manière, Nœuds ajustables qui peuvent par conséquent être portés par les personnes les plus difficiles.

Votre dévoué,

705.

sin, mettez tous vos efforts à remplir votre tâche. Apprenez à fond le commerce dans tous ses détails, si vous le pouvez; saisissez les occasions qui vous sont offertes pour augmenter vos connaissances et raffermir votre volonté de bien faire. Ce temps-là ne sera pas perdu.

LA SUPERIORITE DES AFFAIRES

Il y a quelque cinquante ans, il fallait du courage à un étudiant d'un grand collège pour dire qu'il allait se mettre dans le commerce, ses études terminées. "A quel sert un diplôme, lui disaient ses camarades, pour vous livrer au commerce?" Un fermier pourrait entrer au collège aussi bien qu'un homme d'affaires". Un jeune homme était alors déconsidéré au collège, quand on savait qu'il allait embrasser une carrière commerciale, et un grand nombre d'étudiants n'osaient pas déclarer ce qu'ils avaient l'intention de faire dans l'avenir, à moins qu'ils ne se destinassent à une des trois grandes professions—droit, théologie ou médecine. On pensait que les collègues n'existaient que pour ces professions. Dans certains collèges, 50 pour cent des diplômés étudiaient le droit, un fort pourcentage, la théologie et la plupart des autres, la médecine.

Ceux qui se destinaient au commerce, surtout au petit commerce, étaient considérés comme des gens d'une classe inférieure, n'ayant aucun rang dans la société, comme cela existe dans d'autres pays. Par exemple, lorsque j'étais en Angleterre, on m'a parlé d'un ordre du département des postes de Londres, défendant aux employés des postes d'ajouter le mot "esquire" au nom d'un homme s'ils avaient quelque raison de croire que ce fût un ouvrier ou un petit commerçant.

Aujourd'hui, les directeurs de nos grands collèges nous disent que décidément les étudiants ont une tendance plus marquée à entrer dans le commerce. En réalité, nos grandes universités et d'autres établissements d'instruction qui considéraient autrefois le commerce comme une carrière vulgaire, établissent maintenant des cours commerciaux, où des conférences sont faites sur les méthodes pratiques d'affaires et où les hommes d'affaires sont invités à parler aux étudiants. Dans tout le pays, on se tourne de plus en plus vers les affaires.

Un changement et une évolution énormes ont eu lieu aux Etats-Unis, surtout pendant le dernier quart de siècle. Aujourd'hui le commerce règne en maître. Rien n'est plus évident. C'est la première impression de l'étranger qui parcourt l'Amérique. Il n'entend guère parler que d'affaires. Tout est aux affaires—au développement de vastes combinaisons qui surprennent le visiteur. Partout les af-

aires se développent de telle façon que malheureusement toute autre chose se trouve éclipsée. Nous lisons relativement très peu de chose dans les journaux sur les professions libérales, les beaux arts et les vocations esthétiques. Les affaires règnent en maître. Nous le constatons et nous l'entendons dire de tous les côtés, au point que l'esprit en est étourdi et que l'imagination est frappée de stupeur.

Le mot "affaires" prend une importance croissante de jour en jour, ainsi que de nouvelles significations. Le simple exposé des capitaux investis dans la manufacture, les chemins de fer, les lignes de steamers et le commerce en général forme une histoire qui tient de la fiction. Le stigmate infligé autrefois par une carrière commerciale a complètement disparu et, parmi les gradués des collèges américains, cette année, les plus enviés sont ceux qui embrassent les affaires.

Des milliers d'hommes ayant une profession libérale entrent dans le commerce. Partout nous entendons parler d'hommes qui quittent la chaire, le cabinet d'avocat, la salle d'école pour se livrer au commerce. Un grand nombre d'instituteurs ont quitté leurs écoles au cours des quelques dernières années pour embrasser des carrières commerciales. Je connais un de ces hommes qui, dégoûté du faible salaire qu'il recevait comme instituteur et du peu d'avenir qu'il avait en perspective, se mit dans les affaires à New-York et est maintenant à peu près millionnaire. Non qu'il n'aimât pas l'enseignement, c'était sa passion et il y réussissait. Mais il trouva qu'il pouvait faire beaucoup plus dans les affaires, où son champ est absolument illimité et pour lui il n'y a pas de comparaison entre les deux carrières. Pour moi, l'enseignement est une des plus belles vocations qui existent; mais les faits sont brutaux et, quand nous voyons partout des hommes qui abandonnent leur profession pour se livrer aux affaires, c'est un fait très significatif.

Est-il étonnant que les jeunes gens tournent leur esprit avide du côté des carrières commerciales, quand ils voient les méthodes lentes, les années d'économie pénible par lesquelles leurs pères réussissent à acquérir simplement de l'aisance, et qu'ils mettent en regard les opportunités remarquables offertes dans le monde commercial d'aujourd'hui.

Pourquoi ne considérerions-nous pas les affaires comme une carrière relevée? Le commerce a été la force de civilisation la plus puissante que le monde ait jamais connue; en effet le commerce a mis en contact les nations, comme rien autre n'a pu le faire, tendant à créer l'harmonie, à développer un langage commun, grâce à nos steamers, nos télégraphes, nos téléphones, et nos chemins de fer. Avant longtemps, il n'y aura plus en ré-

lité qu'un seul pays, car nous arriverons à converser aussi librement avec les peuples étrangers que nous le faisons avec les habitants de nos divers états.

Les affaires règnent en roi; mais elles accomplissent aussi la plus grande mission au monde.

Elles ont appris aux hommes que l'égoïsme conduit fatalement à la perversité et que c'est l'homme qui réussit le mieux qui a le plus de considération pour celui avec qui il fait une transaction, qu'il est avantageux de n'être pas égoïste et que l'égoïsme constitue une politique à courte vue. Pensez combien les affaires ont contribué à élargir l'esprit de l'homme, à le forcer à abandonner ses préjugés—religieux, politiques, géographiques et de races! Les affaires réunissent les hommes de toutes les nationalités et les forcent à vivre ensemble dans la paix et l'harmonie.

Nous commençons à voir que les affaires constituent un grand évangile, qu'elles élèvent les races, que la lutte pour améliorer sa condition tient l'homme dans le droit chemin et le rend meilleur sous tous les rapports. Des millions d'hommes ont été tirés de la sauvagerie, grâce à l'instruction commerciale seule.

Le commerce n'est pas seulement un grand agent de civilisation des nations et des peuples, c'est aussi le plus grand éducateur et le plus grand facteur de développement du caractère. C'est en effet une école perpétuelle, où nous n'allons pas faire des récitation ou écouter des enseignements pendant trois ou quatre heures par jour, mais où nous étudions et pratiquons constamment. C'est une école où l'esprit est toujours tendu, où il n'a pas le temps de se rouiller ou de s'encroûter.

Est-il étonnant que les hommes d'affaires forment la base, le boulevard de notre civilisation? Est-il étonnant qu'en règle générale les affaires développent un plus grand sens commun, alors qu'elles exigent un exercice constant du jugement, et que les hommes d'affaires sont obligés plusieurs fois par jour de faire appel à leur habileté, leur sagacité et leur ingéniosité? Est-il étonnant qu'un appel continu à l'esprit pour en venir à une décision prompt, finale et énergique, pour aboutir au jugement le plus sain, tende à produire nos hommes les plus forts?

La grande majorité de nos hommes d'affaires prospères ont débuté jeunes et pauvres. Ils sont arrivés au développement gigantesque de leurs entreprises parce qu'ils ont été forcés pendant de nombreuses années, de lutter contre la pauvreté, de mesurer leurs forces contre des obstacles innombrables. Leur indépendance, leur confiance en eux-mêmes, leur jugement, leur tact, toutes leurs autres facultés ont été mis en jeu pendant nombre d'années jusqu'à ce qu'ils aient

Le Département "E"

NOTRE GRAND DÉPARTEMENT DE SMALLWARES

COMPREND :

Dentelles, Rubans, Broderies, Garnitures, Mouchoirs, Rideaux, Couvrepieds,
Portières, Laines, Etc., Etc.

Vous êtes certains, Messieurs les marchands de Nouveautés, de trouver ici ce que vous ne trouverez pas partout ailleurs; par conséquent, venez rendre visite à notre nouveau département, qui occupe aujourd'hui, le plus bel étage de notre établissement.

"Dentelles"

Notre nouvelle importation de Dentelles, comprend mille différents dessins de "Valenciennes, dentelles Torchon, dentelles Orientales et All Over."—

"Rubans"

Exigez notre ligne "6250"; c'est un Ruban taffetas d'une valeur exceptionnelle, nous en avons un assortiment complet, dans toutes les nuances et toutes les largeurs. Voyez aussi nos Rubans Duchesse.—

"Broderies"

Le commerce des Broderies est devenu si important, qu'il demande une attention toute particulière, veuillez avant de placer vos commandes, voir nos échantillons, c'est autant dans votre intérêt que dans le nôtre.—

"Rideaux"

Voici le temps des fêtes, il vous faudra sans doute des rideaux; n'oubliez pas, que notre assortiment de Rideaux et de Nets à Rideaux est au complet, nous en avons partant de 25cts. la paire, jusqu'à des prix très élevés —

Nos voyageurs sont actuellement sur la route avec tous nos échantillons, pour la nouvelle saison.

A. RACINE & CIE, 340 Rue St-Paul, MONTREAL,

Seuls Agents au Canada pour la "SOIESINE".

assise leurs affaires sur une base solide.

L'homme d'affaires se fait remarquer par son bon sens instinctif, parce qu'il a été à l'école du bon sens, à l'école du bon jugement pendant des années et des années; il en est résulté une faculté de sage discernement et de vigoureuse décision. Les affaires sont comme un grand gymnase qui produit et développe les muscles les plus forts et les plus fermes. Il n'y a là ni fantaisie, ni théorie. Les hommes ont à faire face à des faits bruts, à des réalités rigoureuses, à des conditions inflexibles, dépourvues de toute fertilité et qui ne présentent qu'une matière brutale.

Il faut une puissance d'esprit d'un ordre élevé pour conduire une importante maison d'affaires aujourd'hui, et il n'est pas d'autre entraînement égal à celui que subit l'homme qui est dans les affaires. Il doit créer quelque chose de nouveau tous les jours pour faire face aux conditions qui varient. Il ne peut pas compter sur d'autres ou être simplement un imitateur, un plagiaire. Le commerçant apprend à ne compter que sur lui-même. Rien ne développe plus rapidement une indépendance virile que l'apprentissage des affaires. Toutes les facultés de l'esprit sont mises en jeu. Dans une réunion d'hommes de toutes les catégories, il n'est pas difficile de désigner l'homme d'affaires au sens commun, à l'esprit fort. Quand celui-ci prend la parole, il va droit au but, sans prendre de moyens détournés. Il n'émet pas une quantité de théories. L'homme de profession peut vous dire ce qui pourrait produire des résultats, mais l'homme d'affaires vous dit ce qui les produira.—[Success.]

LE RECOURVEMENT DES DETTES ARRIÉRES

Il n'y a peut-être pas de partie des affaires qui demande une science plus approfondie et une plus grande appréciation des dispositions d'esprit de chaque individu que celle qui concerne le recouvrement des dettes. Une maison de commerce doit se fier à l'homme chargé des affaires à crédit, principalement pour la protéger contre de mauvaises relations commerciales, mais malheureusement cet homme est sujet à commettre parfois des erreurs inhérentes à la nature humaine. Quand un crédit a été accordé à tort et que les recouvrements sont lents à se faire, l'homme d'affaires met en œuvre toutes les ressources de son esprit pour trouver un moyen de faire comprendre rapidement mais avec précaution leur devoir aux débiteurs délinquants, dit "Business Men's Magazine".

Les affaires se font en grande partie aujourd'hui sur une base de crédit. Il y a un peu de maisons prospères qui n'ont une assez grande proportion de comptes

à recevoir. On ne peut pas nier qu'un élément de doute existe constamment quant au pouvoir à réaliser cet actif important. L'analyse attentive d'un compte par un banquier, en anticipation d'une extension de crédit, conduira presque invariablement à cette question: "Combien de vos comptes de livres sont-ils bons?" Personne n'a encore pu définir la vraie signification de ce qui est désigné par "risque ordinaire d'affaires". On s'accorde généralement à dire que quelques pertes se produiront si les affaires doivent être étendues.

On sait très bien que certaines maisons ont plus que leur part de pertes; il est hors de doute que l'inaptitude à faire rentrer les comptes de livres est due à une organisation défectueuse et à des méthodes rigoureuses.

L'extension d'un crédit basée sur une méthode sûre de renseignements est responsable de nombre de cas où on n'a pu recouvrer le prix de marchandises vendues. Une trop grande confiance basée sur ce qui a été accompli dans le passé est responsable d'une bonne proportion des pertes. Une contrainte disproportionnée, exercée dans un moment critique contribue pour beaucoup aux reports faits chaque année au compte de Profits et Pertes, et cimetière encombré.

Ce dernier défaut doit donc être examiné avec le plus grand soin. L'homme d'affaires devrait viser, par-dessus tout, à se familiariser parfaitement avec les particularités personnelles à chacun de ses clients. Un contact personnel, quand il y a évidence de bonne volonté, sert souvent plus pour prévenir des pertes que toute autre combinaison. Quand des paiements se font lentement, on devrait analyser avec soin tout ce qui concerne les comptes en souffrance, et étudier chaque cas individuellement par rapport à ce qui caractérise la personnalité du délinquant. Dans tous les cas, on devrait s'interdire toute correspondance désagréable. S'il est une chose qui provoque l'antagonisme d'un homme, c'est la réception d'une lettre demandant un paiement, rédigée en termes trop absolus. Il est sans doute ennuyeux de reporter des comptes de mois en mois, sans recevoir aucune réponse du débiteur. Il est naturel que le créancier ait une tendance à ce pas accorder créance aux motifs invoqués par un client lent à faire ses paiements; mais il ne faut pas se hâter de prendre des mesures sommaires. On doit toujours prendre en considération le caractère du débiteur. S'il a été un bon client pendant de nombreuses années, s'il a toujours eu la réputation de payer promptement, son manquement à cette règle à un moment donné est souvent dû à des conditions que vous pourriez améliorer vous-même en vous intéressant à lui et en lui donnant des conseils. Le marchand ne devrait laisser échapper

aucune occasion de gagner la confiance de ses débiteurs. De bonnes relations commerciales entre débiteurs et créanciers contribueraient pour beaucoup à la solution des problèmes d'affaires à mesure qu'ils se présenteront. Si vous adhérez à ce système, vous serez en mesure, grâce à une correspondance ou à des entrevues personnelles, d'obtenir des aveux confidentiels qui vous permettront souvent de vous garantir sans faire de tort au marchand dans l'embarras et sans perdre sa clientèle ou son estime.

D'une manière générale, il n'est pas des clients plus lents à régler leurs comptes que les personnes riches. Leurs habitudes de luxe les portent souvent à ouvrir des comptes dont le montant suffit à embarrasser ceux dont elles cherchent à encourager le commerce. Leurs propriétés confortables engendrent chez ces personnes un manque de souci des nécessités auxquelles le marchand est soumis. Elles semblent penser que leur patronage est suffisant par lui-même à les acquitter de leur dette, quel qu'en soit le montant. Ces personnes riches se rendent parfaitement compte de leur situation financière vis-à-vis du marchand et, dans la plupart des cas, elles n'ont nullement l'intention de le frustrer de ce qui lui est dû; mais imbuës qu'elles sont de la valeur de leur patronage, elles ne se hâtent pas de payer ce qu'elles doivent. Malheureusement cette catégorie de clients désastreux est plus pointilleuse que beaucoup d'autres au sujet de son crédit. Le moindre doute manifesté quant à leur intention de payer ou à leur aptitude à le faire leur donne souvent une attitude agressive. L'influence des personnes riches est une chose délicate, mais non moins prononcée et il faut toujours prendre de grands ménagements avec ces personnes quand on leur demande un règlement de compte, si on désire conserver leur influence et leur appui.

Toutefois, la réussite ou l'insuccès dans le recouvrement de dettes arriérées dépend des méthodes employées dans chaque cas particulier.

En aucun moment on ne devrait exprimer un doute sur l'aptitude ou la bonne volonté d'un client à payer une dette, quelle que soit sa position sociale. Un appel en termes convenables adressé au sens de justice d'une personne réussira souvent, quand d'autres méthodes auront échoué. Une correspondance systématique, d'un caractère amical, ayant pour but de faire effet sur un point faible de la personne en question donnera, dans nombre de cas, des résultats satisfaisants et créera parfois une amitié plus étroite que jamais.

Un aveu de faiblesse de la part du créancier est encore un autre moyen d'atteindre le but désiré. Un débiteur, ayant le moyen de payer ce qu'il doit, s'acquitt-

FAUX-COLS, MANCHETTES, ETC.

EN

"CAOUTCHOUC"

"ARLINGTON"

La Meilleure Fabrication.

QUELQUES-UNS DE NOS STYLES.

STYLE 109 FRONT 1 1/2 IN. BACK 1 1/2 IN.	349 2 IN. 2 IN.	509 2 IN. 2 IN.	249 2 1/2 IN. 2 IN.	29 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	
STYLE 109 FRONT 2 IN. BACK 1 1/2 IN.	199 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	269 2 IN. 2 IN.	260A 2 1/2 IN. 2 IN.	39 2 1/2 IN. 1 1/2 IN.	
STYLE 309 FRONT 2 IN. BACK 1 1/2 IN.	229 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	359 2 IN. 1 1/2 IN.	159 2 IN. 1 1/2 IN.	449 2 1/2 IN. 1 1/2 IN.	
STYLE 470N FRONT 2 IN. BACK 2 1/2 IN.	499 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	509 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	569 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	469 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	
STYLE ALBION FRONT 2 IN. BACK 1 1/2 IN.	209 2 1/2 IN. 1 1/2 IN.	REGAL 2 1/2 IN. 2 IN.	359 2 1/2 IN. 2 1/2 IN.	329 1 1/2 IN. 1 1/2 IN.	
STYLE 109 FRONT 2 IN. BACK 1 1/2 IN.	459 2 1/2 IN. 1 1/2 IN.	359 2 1/2 IN. 2 IN.	STYLE 470N 2 IN. 1 1/2 IN.	470N 2 IN. 1 1/2 IN.	
STYLE 19 WIDTH 5 1/2 IN.	29 3 1/2 IN.	9 3 IN.	279 3 1/2 IN.	209 2 1/2 IN.	301 3 1/2 IN.
NO 9 SIZE 8 1/2 x 6 1/2	NO 10 SIZE 10 1/2 x 8	NO 10 1/2 SIZE 11 1/2 x 7 1/2	NO 11 SIZE 12 1/2 x 8	NO 12 SIZE 15 1/2 x 8	NO 14 SIZE 15 1/2 x 10 1/2

Articles en Toile non surpassés pour la **Qualité, le Fini, l'Ajustage et la Perfection.** En vente dans toutes les Maisons de Nouveautés et d'Articles pour Hommes.

AGENTS:

DUNCAN BELL
MONTREAL, QUE.

J. A. CHANTLER
TORONTO, ONT.

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 :

4-4, 6-4, 8-4, 10-4, 12-4

Rideaux et Portières dans les largeurs suivantes :

32," 34," 36," 40," 44," 48," 66," 72,"

et dans toute longueur désirée.

MARQUE "IMPERIAL"

Une qualité de Rideaux Unis et Pesants, ayant apparence très riche,

Nouvelles Teintes et Nouveaux Dessins pour le Commerce du Printemps.

AGENT POUR LA VENTE :

W. B. STEWART

11 Front St. East, TORONTO, Ont.

ARTICLES BRODÉS

DE TOUTES SORTES

Un choix magnifique. Le premier du genre fait au Canada. Egal à tout article importé et à des prix meilleurs.

Voiles de Ire Communion

Rideaux de Portes

Pardessus d'Oreillers

Doylies, Etc.

Lettrage, une Spécialité

Les Echantillons d'Automne sont maintenant prêts. L'examen du commerce de gros est sollicité.

THE

MONTREAL EMBROIDERY MFG. CO.

253, Rue Notre-Dame Ouest
MONTREAL

tera généralement, si le créancier lui fait comprendre que sa solvabilité ne dépend que de la libéralité du débiteur; d'autre part une demande de paiement immédiat n'aboutirait à rien.

Un système de collection basé sur les menaces ou l'intimidation est à rejeter. C'est de teltes méthodes que des dettes arriérées se changent en pertes permanentes. Un département de collection bien organisé remboursera au centuple la dépense qu'il nécessite, non seulement par le recouvrement des dettes mauvaises, mais par la conservation de la clientèle; les méthodes employées, toutefois, doivent être honnêtes, systématiques et assurer des remboursements rapides.

NE NEGLIGEZ PAS VOTRE TENUE

L'habillement est un point très important pour le vendeur et, par habilement, il faut entendre la toilette tout entière, y compris le chapeau, la cravate et la chaussure. Ces articles de la toilette devraient recevoir un soin spécial et être en harmonie avec le style général. Souvenez-vous que l'acheteur est de toutes les personnes celle qui remarque le plus les détails. On entend des arguments puissants au sujet de l'habileté presque surhumaine qu'ont certains vendeurs à juger promptement un acheteur; mais l'expérience nous enseigne que l'acheteur vous a jugé avant même que vous n'ayez commencé votre travail de vendeur.

L'acheteur peut en même temps se rendre compte de toute votre tenue des pieds à la tête, et la réception qu'il vous fera dépendra d'abord de votre apparence générale, puis de l'entrevue elle-même. Soyez donc toujours propre et d'une tenue soignée.

Au sujet de la propreté, il est à propos de noter un point que beaucoup de vendeurs négligent — le soin des mains et des ongles. Surtout que le visage soit propre.

Avez-vous jamais réfléchi que, pendant que vous employez toute votre énergie à influencer un acheteur entêté, si son regard s'arrête sur vous, ce sera sur votre visage, et que les deux parties qui jouent un rôle dans ce duel de paroles, ce sont les yeux et la bouche?

Qu'arrivera-t-il si cet homme est un juge quant à la tenue des vendeurs, et si, pendant que vous faites votre possible pour le convaincre, il vous examine et voit que vous portez un chapeau démodé, remarque une cravate dont la couleur n'est nullement en harmonie avec celle de votre costume? A la fin vous devenez si imbu de votre sujet et si confiant en vous-même que, sans invitation, vous rapprochez machinalement votre chaise de celle de votre in-

terlocuteur et celui-ci se trouve obligé d'examiner vos dents. L'acheteur en général n'est pas disposé à acheter, et, avec une telle tournure d'esprit, il est invariablement porté à la critique. Il remarque que la nature a été bonne pour vous, il voit que vous avez une belle dentition, mais que vous la négligez. Vos dents portent des marques qui prouvent que vous faites usage de tabac et que vous considérez le tabac comme une chose beaucoup plus importante que des dents saines et en bon ordre.

L'acheteur admet que vous lui présentez un bon argument, mais les points de votre argument ne sont pas suffisants pour contrebalancer ce qu'il y a de mauvais au point de vue de votre physique, et vous perdez votre marché — vous écrivez à votre maison que les prix sont trop élevés, quand la vraie raison qui fait que vous n'avez pas pu faire de vente doit être attribuée à votre tenue peu soignée.

Si le vendeur veut bien prendre ces arguments en considération, il peut en bénéficier de toute façon. Il peut se mettre à la hauteur de la situation, combattre ses points faibles et avoir plus de valeur pour sa compagnie. Toutefois vous ne pouvez le faire, à moins que vous ne mettiez tout votre cœur à votre travail, que vous ayez entière confiance en vous-même, en votre compagnie et aux gens que vous sollicitez dans le territoire qui vous est dévolu.

En d'autres termes, vous devez être fortement optimiste et éliminer de votre nature toute trace de pessimisme. Il n'est pas douteux qu'il y a une différence dans la manière dont les mérites des diverses marchandises devraient être exposés à l'acheteur en perspective; mais si vous avez soin que les points indiqués dans cet article soient observés de votre mieux, chaque jour de votre vie, la nature jouera son rôle et vous serez surpris des résultats produits.

LA DISCIPLINE DANS LE MAGASIN

Faites attention à ce que vous faites et à ce que vous dites dans le magasin en présence de vos commis. Donnez le bon exemple. Le marchand qui ne surveille pas son langage et ses actions ne recevra pas, de la part de ses commis, les marques de respect auxquelles il a droit; dans la plupart des cas, les commis suivront son exemple et ne prendront pas garde à ce qu'ils disent ni à ce qu'ils font en servant la clientèle. Exigez toujours un langage respectueux de la part de vos commis, quand ils vous adressent la parole.

Cela sonne mal d'entendre un commis appeler, en criant, le propriétaire, du fond du magasin, quand il désire que ce der-

nier débâte une question avec un client. Faites comprendre au commis qu'il doit venir vous trouver et se rapprocher assez de vous pour n'avoir pas à élever la voix.

Nous avons souvent entendu un commis désirant la présence de son patron, l'appeler de la façon suivante: "Dites, Bill, venez donc ici s'il vous plaît". Ce genre d'appel crée une mauvaise impression. Dites bien à vos employés qu'ils devront vous appeler M. Un Tel et non crier après vous. Quand ils auront besoin de vous. Cela peut être obtenu facilement, si le chef de l'établissement parle à ses employés en leur disant: M. Un Tel. Cette forme de politesse empêche aussi le développement d'une familiarité déplacée entre un marchand et ses commis.

Nous ne voulons pas dire qu'un patron doive se montrer arrogant et traiter de haut ses commis. Il doit les traiter avec bienveillance, mais fermeté. Les employés respectent davantage leur patron et celui-ci aura une discipline meilleure dans son magasin; il aura, dans la communauté, la réputation d'un marchand capable, ayant de la dignité de caractère.

VOTRE OCCUPATION

Remplissez-la avec plaisir, même si elle ne vous est pas sympathique.

Mettez-y l'esprit d'un artiste, non celui d'un artisan.

Qu'elle vous serve de marche-pied pour atteindre une situation plus élevée.

Efforcez-vous d'accomplir votre tâche mieux qu'elle n'a jamais été faite auparavant.

Que la perfection soit votre but et que rien d'autre ne vous satisfasse.

N'essayez pas d'exécuter votre travail en n'y mettant qu'une partie de vous-même — la plus faible partie.

Tenez-vous en état de le faire aussi bien qu'il peut être fait.

Considérez-vous comme travaillant le conserve avec le Créateur de l'univers. Croyez en la dignité et en la valeur de votre occupation, quelque humble qu'elle soit.

Reconnaissez que le travail est ce qui honore et ennoblit la vie.

Acceptez la partie désagréable du travail avec autant de joie que sa partie agréable.

Choisissez, si possible, l'occupation pour laquelle la nature vous a donné une vocation.

Voyez combien vous pouvez y mettre de vous-même, au lieu de vous occuper de ce que vous pouvez en retirer.

[Success].

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

Vérités Simples venant de Paris

UNE Lettre Anonyme peut valoir
la peine qu'on y fasse attention,



MAIS une marchandise anonyme vaut rarement la peine d'être achetée ou vendue. Un simple sens commun en affaires indique au marchand l'immense avantage que des marchandises portant une marque de commerce ont sur des marchandises n'en portant pas, ou marquées d'une manière anonyme. Quand des marchandises portent une marque de commerce et sont assez annoncées, et spécialement, quand la publicité est faite de manière que le détailleur en profite, le marchand avisé poussera ces marchandises, sans aucune meilleure raison autre que son profit sûr et croissant. Les Sous-Vêtements Irrétrécissables Pen-Angle ont été marqués commercialement dès le début. Ils sont fortement annoncés.

Le public connaît leur valeur — paie le prix demandé pour eux — et revient au même magasin. Croyez-vous réellement que vous, personnellement, vous puissiez faire l'effort qui doit être fait pour vendre des sous-vêtements, au sujet desquels tout ceci n'est pas vrai?... Et il n'y a aucun sous-vêtement, autre que le sous-vêtement Pen-Angle, au sujet duquel tout ceci soit vrai.

Tout voyageur d'une maison de premier ordre porte des échantillons marqués ainsi commercialement. Les examiner ne vous coûtera qu'un peu de temps, dépensé avec profit. Ne pas les examiner, peut vous coûter beaucoup, comme profit, et davantage, comme clientèle perdue.

The Penman Manufacturing Co. Limited

PARIS, Canada.



A dater du 1er décembre courant la raison sociale de l'ancienne maison Caverhill et Kissock, importateurs et négociants de modes en gros, a été modifiée en celle de John B. Caverhill & Co., M. J. B. Caverhill devenant le seul propriétaire de la firme.

MM. John B. Caverhill & Co. conservent le local autrefois occupé par MM. Caverhill & Kissock, 91 rue St-Pierre, ainsi que les employés de l'ancienne firme, le genre d'affaires reste également le même.

En raison du changement de propriétaire, la maison a considérablement augmenté son pouvoir d'achat.

Elle a maintenant un acheteur à demeure sur les marchés européens, qui lui enverra constamment les dernières nouveautés des principaux centres de la mode.

Depuis peu, MM. John B. Caverhill & Co. ont inauguré un nouveau département qui a eu le plus grand succès; c'est celui des commandes par la maille; depuis son inauguration les affaires de ce département ont sans cesse augmenté dans de très fortes proportions.

MM. Chaley & Orkin nous avisent que la saison du printemps s'annonce comme devant être des plus active. On reçoit de très fortes commandes pour les chapeaux en Leghorn, les capotes en paille fine et les formes en crin. D'après les affaires actuelles les fleurs auront une vogue énorme.

M. Wm. Alexander, gérant de la maison S. F. McKinnon & Co., à Montréal, nous avise qu'à l'heure actuelle les affaires sont tranquilles dans la mode, mais que les apparences pour le commerce de la saison future n'ont jamais été aussi favorables; de fait, les commandes déjà reçues sont le double de celles enregistrées l'année dernière à pareille époque.

Les ordres reçus portent en majeure partie sur les rubans, les chiffons, les tulles et les chapeaux de paille en Leghorn. Les plumes d'autruche, 34 Tips, promettent d'avoir une très grande vogue.

Selon M. Alexander, il est déjà très difficile d'obtenir des manufacturiers des ordres de répétition et cet état de choses ne peut aller qu'en s'aggravant.

M. Geo. Milligan, un des directeurs de la maison Debenham & Co., de Londres, est actuellement au Canada. On nous dit que M. Milligan restera selon toutes

probabilités au Canada pour y gérer les différentes agences que la maison possède dans le Dominion.

Les nouvelles cartes de nuances pour l'été 1907 sont entre les mains des maisons de gros depuis le commencement du mois de décembre.

La carte de l'Union des Syndicats met en vedette les nuances Nankin, le Houbton [un vert pâle] et le Copenhague [un bleu clair].

MM. Claude Frères, de Paris, qui publient également une carte de nuances placent en première ligne les nuances jaune chartreuse et les bleus clairs.

D'après nos observations personnelles, l'ordre dans lequel se trouvent placées les nuances sur les diverses cartes ne signifie pas grand chose; telle nuance placée en tête des cartes n'a souvent que peu de vogue, tandis qu'une autre reléguée à l'arrière-plan est, au contraire, en grande demande. Et, du reste, la vogue de certaines nuances ne prend définitivement que lorsque la saison est assez avancée; cependant, d'après les rapports que nous recevons du commerce de gros des modes, on s'attend à une très forte demande pour les couleurs très claires, telles que le bleu pâle, l'argent, les roses. Le blanc et le noir promettent beaucoup et les nuances vin seront également en demande du moins pendant la première partie de la saison.

D'après M. F. X. D. de Grandpré, gérant de MM. Debenhams [Canada], Ltd., il y a tout lieu de croire, si l'on en juge d'après les commandes déjà reçues, que le saison du printemps 1907 sera d'une activité exceptionnelle. A ce propos, M. de Grandpré nous dit que les commandes obtenues par les voyageurs sont beaucoup plus considérables que celles enregistrées l'année dernière au début de la saison.

Relativement aux articles les plus en demande, M. de Grandpré cite tout d'abord les chapeaux en paille fine tels que les Leghorns, les chapeaux en paille de riz et en paille de Milan. Les fleurs se vendront en quantité, surtout les grandes roses. Les rubans de fantaisie qui n'ont fait qu'apparaître pendant les dernières saisons promettent de voir renaitre cette année leur ancienne vogue. Parmi les autres garnitures, il convient de citer les chiffons unis qui ont tout l'air de vouloir remplacer les chiffons de fantaisie; les tulles et les malines seront également de vente courante. Les soleries très souples qui ont été de grande vogue pendant les dernières saisons cèdent leur place aux soleries plus solides, telles que les taffetas, etc. M. de Grandpré recommande également comme garniture les plumes nuancées de bonne qualité.

MM. John B. Caverhill & Co. nous avisent que les affaires ont été des plus satisfaisantes depuis le commencement de la saison d'automne, bien qu'au début de la saison la température ait été contraire.

A l'heure présente, les apparences pour le printemps ne sauraient être meilleures; les commandes déjà reçues sont beaucoup plus considérables que celles prises l'année dernière à même date.

Les articles les plus en demande jusqu'à présent sont les chapeaux de paille, les fleurs et les rubans.

MM. S. F. McKinnon & Co., de Montréal, viennent de recevoir un superbe assortiment de fleurs nouvelles pour le commerce du printemps.



MM. Greenshields, Ltd. nous disent que la demande pour les marchandises du printemps est très active. La demande en marchandises pour le commerce des fêtes est également satisfaisante.

Les prix continuent à être des plus fermes.

L'échéance du 4 décembre a été très bonne.

M. J. L. A. Racine, de la maison Alphonse Racine et Cie, constate une grande activité dans les affaires; non seulement la demande pour le commerce du printemps est très forte, mais il y a en plus d'excellentes commandes d'articles pour le commerce des fêtes et pour le rassortiment d'hiver.

M. Racine, questionné au sujet des prix, nous dit qu'ils sont tous très fermes, sans exception aucune, et il conseille aux marchands de détail de placer leurs commandes au plus tôt, car d'après les apparences actuelles de nouvelles avances de prix se produiront.

Relativement aux paiements, M. Racine nous dit qu'ils sont très réguliers.

L'impression causée dans le commerce de gros des marchandises sèches par le nouveau tarif des douanes est plutôt favorable qu'autre chose. De nombreux détails pourraient être changés, mais en somme aucun changement radical n'a eu lieu, ce dont les intéressés sont satisfaits. Une délégation des négociants de marchandises sèches en gros se joindra à celles envoyées par les marchands de gros de l'épicerie et de la droguerie pour demander que l'on revienne sur les droits imposés sur les emballages.

P. GARNEAU, FILS & CIE, QUEBEC.

PRINTEMPS 1907

Nos Voyageurs sont maintenant sur la route avec leur Collection d'Echantillons de Marchandises pour le Printemps prochain . . .

Marchandises d'Etape et de Fantaisie :



Indiennes fantaisie, Challies, Crépon,
 Cachemirette, Serges Henley, Silkettes,
 Créponette, Draperies fantaisie, French Delaine,
 Voile Minerva, Silkelined Checks, Cretonnes,
 Toile de l'Inde, Satine Rayée, Jap Stripes,
 Chambrai, Cotonnade, Coutils, Oxfords,
 Galateas, Guillaume, Coton à Chemises,
 Tweeds Anglais, Écossais et Canadiens, Serges,
 Etoffes à Robes, Camisoles et Caleçons,
 Tapis, Prélarts, Linoléums, Etc., Etc., Etc.



P. GARNEAU, FILS & CIE,

VANCOUVER
 INGLESIDE B'LDG.

QUEBEC.

MONTREAL
 577 TEMPLE B'LDG.

Seuls Agents au Canada des

“**SPAINX**”
SERGES ET VICUNAS

M. Fred. L. Cains, de MM. Brophy, Cains, Co., Ltd., nous informe que les affaires pour le printemps continuent à être des plus actives. Le gros de la demande a jusqu'à présent porté sur les cotonnades et, à ce sujet, M. Cains nous dit qu'il est très difficile d'obtenir des livraisons des moulins et que, par conséquent, les marchands qui n'ont pas placé leurs commandes devraient le faire sans plus tarder, car non seulement il y aura rareté dans plusieurs lignes mais, en outre, il est plus que probable que des augmentations de prix se produiront.

* * *

M. R. E. Brock, directeur-gérant de la W. R. Brock Co., Ltd., de Montréal, nous dit qu'au point de vue des affaires, le mois de novembre 1906 a été de beaucoup supérieur au mois de novembre de l'année précédente. Les ventes, pendant cette période, ont en grande partie porté sur les cotonnades, la bonneterie et sur la confection pour dames.

Le temps rigoureux que nous avons eu depuis le commencement du mois a été cause d'une forte demande pour les sous-vêtements pour hommes, pour les mitaines et les gros gants de laine, ainsi que pour toutes les marchandises tricôtées pour enfants, telles que les tuques, ceintures, etc., etc.

Les prix de toutes les marchandises sont très fermes et plusieurs tendent à la hausse, tels les cotonnades et les lainages.

* * *

Questionné au sujet du nouveau tarif, M. A. O. Morin, l'importateur bien connu, nous dit qu'il en est pleinement satisfait, à part cependant des droits qui frappent les caisses d'emballage.

M. Morin nous fait remarquer avec beaucoup de justesse que ces caisses ne peuvent certainement pas être fabriquées ici, mais que, dans bien des cas, elles sont faites de bois provenant du Canada; de plus, le marchand de gros n'en retire aucun bénéfice, car lorsqu'il s'en défait, il est obligé de les céder pour une bague telle. M. Morin ne doute pas que, sur les représentations du commerce de gros, le gouvernement retirera cette taxe qui rien ne justifie.

M. Morin nous dit que la situation financière du commerce de détail de Montréal et des autres villes de la Province de Québec est excellente; les affaires se font avec entrain grâce à la température favorable; la collection, en conséquence, est bonne et contrairement à ce qui se passait dans les autres années, il n'est nullement rumeur de faillites à venir.

* * *

M. B. Kay, de MM. L. Hirshson & Co., nous informe que les affaires sont satisfaisantes. En outre des commandes pour le printemps qui sont nombreuses, il y a actuellement une excellente demande pour les sous-vêtements d'hiver.

Les prix sont très fermes et les paiements réguliers.

MM. A. Racine et Cie viennent de transférer leur département de bimbeloterie cu-small-wares du 1er au 6ème étage de leur édifice.

La maison compte donner une très grande importance à ce département et elle en a confié la gérance à M. Hector Racine.

La maison J. D. Brodeur & Frère offre au commerce de détail un assortiment choisi de poste-monnaie pour le commerce des fêtes, ainsi que des garnitures et des passementeries de fantaisie fabriquées par la maison Tavernier, de Paris.

M. J. L. A. Racine, de MM. A. Racine et Cie, a passé une semaine à Ottawa, à la fin du mois de novembre. M. Racine est revenu à Montréal très satisfait de sa visite d'inspection, car la branche d'Ottawa de la maison A. Racine et Cie fait un chiffre d'affaires qui augmente d'importance de saison en saison. Nous rappelons à nos lecteurs du district d'Ottawa que cette succursale est située en plein centre de la capitale, au No 111 de la rue Sparks. Ils y trouveront, en outre de l'assortiment général des marchandises sèches, des lignes complètes de marchandises pesantes en usage dans les chantiers.

MM. Larivière, Frères & Dorais, agents de manufactures et négociants-commissionnaires, 30 rue de l'Hôpital, Montréal, sont les agents vendeurs dans la Province de Québec, de la Montreal Waterproof Clothing Co.; ils représentent également l'importante manufacture de peignes et de boutons de fantaisie de M. J. B. Gateman, de Berlin, Ontario.



—M. R. A. Brock, directeur-gérant de la W. R. Brock Co., Ltd., de Montréal, faisait partie de la délégation de marchands de gros des marchandises sèches qui s'est rendue à Ottawa pour interviewer le ministre des douanes au sujet des droits imposés sur les caisses d'emballage.

—Aussitôt après la saison des fêtes, M. A. Trépanier, voyageur de MM. Geo. H. Hees, Son & Co., dans la ville de Montréal, visitera le commerce de détail avec les dernières nouveautés pour le commerce du printemps.

—M. O. Lévesque, de MM. A. McDougall & Co., vient de faire un voyage d'affaires d'une dizaine de jours de durée dans les principales villes de l'Ontario.

—M. Sydney Harris, gérant de la maison L. Hirshson & Co. est de retour à Montréal, après avoir fait un voyage étendu dans l'Ouest Canadien. M. Harris est revenu par New-York où il a passé une huitaine de jours.

—M. J. R. Mathieu, voyageur de MM. Chaleyzer & Orkin, a tout récemment fait un profitable voyage d'affaires dans le district de North Bay.

—M. Stephen Haas, de la maison Geo. H. Hees, Son & Co., de Toronto, a tout

dernièrement fait un voyage d'affaires à Montréal.

—M. H. Quevillon qui a tout dernièrement voyagé pour la maison Greenshields Limited, vient d'entrer chez MM. W. R. Brock, en qualité de voyageur. Le district de M. Quevillon couvre le terrain situé entre Montréal et le Norminque ainsi que la Rive Nord de l'Ottawa. M. Quevillon connaît à fond ce territoire où il a voyagé pendant 18 ans.

—M. F. X. D. de Grandpré, gérant de la maison Debenhams [Canada], Ltd., a fait un voyage d'affaires à New-York, au commencement de novembre.

—M. F. J. Bernier, de MM. C. X. Tranchemontagne et Cie, est de retour à Montréal après une excellente tournée d'affaires dans la Beauce.

—M. Fred. L. Cains, de MM. Brophy, Cains, Ltd., a fait un voyage d'affaires à Ottawa au commencement du mois courant.

—M. W. Kearney, représentant MM. C. X. Tranchemontagne et Cie dans les Cantons de l'Est, passera la saison des fêtes à Montréal et retournera sur son territoire aussitôt après le Nouvel An.

—M. Napoléon Minguy, de la North-western Fur Mfg. Co., partira pour un voyage d'affaires dans l'Ontario, vers la fin du mois de janvier.

—M. J. H. Palmer, acheteur européen de la maison Debenhams [Canada], Ltd., est parti pour les vieux pays au commencement du mois de décembre. Le voyage de M. Palmer durera environ six semaines.

—M. Geo. Davidson qui fait actuellement partie du personnel de MM. W. R. Brock Co., Ltd., de Montréal, vient d'être promu aux fonctions de chef du département des étoffes à robes de la W. R. Brock Co., Ltd., de Calgary, Alta. M. Davidson rejoindra son poste vers la fin de décembre.

—M. J. M. Orkin, de MM. Chaleyzer & Orkin, qui est actuellement en Europe pour y faire des achats en vue du commerce de la saison prochaine, est attendu à Montréal, dans les premiers jours de janvier.

—M. J. J. Cusack, représentant MM. Chaleyzer & Orkin, a tout dernièrement fait un excellent voyage d'affaires dans l'Ouest.

—M. A. McDougall, chef de la maison de lainages A. McDougall & Co., est actuellement en Europe, et sera de retour à Montréal vers le 1er février.

—M. Henry Duverger, gérant de la maison Geo. H. Hees, Son & Co. à Montréal, fera prochainement un voyage d'affaires à Toronto.

—M. Jos. W. Rousseau, représentant MM. Brophy-Cains Co., Ltd., vient de passer une dizaine de jours à Québec pour la prise des ordres du printemps.

—M. C. Reid, assistant-gérant de la branche à Montréal de la maison S. F. McKinnon & Co., passera la saison des fêtes à Toronto, ville où sa famille réside.

—M. G. Ferrier Torrance, représentant MM. Geo. H. Hees, Son & Co., est de retour à Montréal après un voyage dans les Cantons de l'Est.

—M. Donat Larivière, de la maison La rivière, Frères & Dorais, vient de faire un voyage d'affaires à Québec.

—M. Pantaléon Jobin, représentant la North Western Fur Mfg. Co., visitera les Cantons de l'Est vers la fin du mois de janvier.

IL CONVIENT

de Produire une Bonne Impression.

Nous sommes prêts
à vous aider
en cela.



La Compagnie de
Publications Commerciales.

Departement de l'Impression.
Montreal.



M. O. Létourneau, associé de la maison A. McDonald & Co., rapporte que les affaires pour le printemps sont excellentes; il y a, de plus, un bon nombre de commandes de rassortiment depuis que le temps s'est mis au froid.

Les paiements sont satisfaisants et les résultats de la saison d'automne démontrent pleinement que le commerce de détail est dans un état très prospère.

Relativement aux prix des lainages, M. Létourneau constate qu'ils sont des plus fermes avec tendance marquée à la hausse.

M. C. X. Tranchotagne nous rapporte que la demande pour les marchandises du printemps est très forte. Jus- qu'à présent le gros de la demande s'est porté sur les serges et sur les vicunas noirs, ainsi que sur les tweeds et worsteds gris pour la confection des costumes.

Il y a aussi, depuis que le temps s'est mis au froid, une demande satisfaisante pour les rassortiments d'automne.

Les prix des lainages continuent à être excessivement fermes. Les paiements sont satisfaisants, la situation financière n'a jamais été meilleure, si l'on en juge d'après l'absence presque totale de faillites.

Les marchés étrangers des étoffes à robes sont très fermes; il y a même des avances sur plusieurs lignes depuis peu, avances qui n'ont eu que peu d'effet sur place, car les commandes pour ces marchandises ont été placées il y a déjà quelque temps.

On se plaint beaucoup dans le gros de la façon dont les livraisons sont faites par les manufacturiers d'étoffes à robes. Il paraîtrait que les manufacturiers français sont les seuls qui livrent avec régularité.

Les voyageurs de la maison C. X. Tranchotagne et Cie repartiront sur la route pour la prise des commandes du printemps aussitôt après les fêtes.

Les échantillons de lainages qu'ils soumettront à l'inspection des marchands-tailleurs méritent une attention sérieuse de leur part, car ils rivalisent avantageusement comme qualité, variété et prix avec tout ce qui a été offert au commerce jusqu'à présent.

MM. A. McDougall & Co., de Montréal, offrent à des prix très avantageux un assortiment complet de lainages divers pour le commerce d'hiver. Ces marchandises sont vendues à des conditions faciles afin de faire place aux marchandises du printemps.

Nous attirons l'attention des marchands-tailleurs sur l'assortiment des lainages qui leur seront soumis par les voyageurs de la maison A. McDougall &

TISSUS ET NOUVEAUTES

Co. Indépendamment des dernières nouveautés en tweeds et worsteds pour le printemps, MM. A. McDougall & Co., sont les seuls propriétaires des célèbres serges Votsman, qui ont la réputation bien établie d'être les meilleurs qui soient fabriqués en Angleterre.



A la suite de l'incendie qui a eu lieu dans la bâtisse où étaient situés leurs bureaux et salles de vente, MM. Perrin Frère et Cie ont temporairement transportés leur établissement sur la Côte du Beaver Hall, dans la bâtisse Desbarats. MM. Perrin Frères nous disent qu'ils seront de retour dans leur ancien local vers le 15 janvier.

MM. E. O. Barette et Cie nous avisent que la demande en cravates et bretelles pour le commerce des fêtes a été exceptionnellement forte. Ils nous avisent que leurs voyageurs repartiront en route aussitôt après les fêtes avec les dernières nouveautés pour le commerce du printemps.

M. J. Alphonse Oulmet, 8 rue Notre-Dame Est, représentant à Montréal la Globe Suspend Co., de Rock Island, nous rapporte des affaires actives. Il y a dans ses magasins un assortiment complet des bretelles de cette compagnie qui ont été tout spécialement préparées en vue du commerce des fêtes.

MM. E. O. Barette et Cie, Temple Building, rue St-Jacques, Montréal sont les seuls agents au Canada pour la vente des collets en celluloid de la marque Thread City. Ces collets ont la réputation d'être les meilleurs fabriqués aux Etats-Unis.

MM. E. O. Barette et Cie, Temple Building, rue St-Jacques, Montréal, viennent d'ajouter au nombre de leurs agences, celle de la Niagara Novelty Co., qui fabrique toutes les dernières nouveautés en fait de bijouterie pour le commerce de la mercerie. L'assortiment comprend des épingles de cravates, des boutons de chemises et de manchettes, le tout d'après les derniers modèles de New-York.

MM. L. Hirshson & Co., 4 Dollard Lane, vis-à-vis la rue Ste-Hélène, nous informent qu'il leur reste encore une quantité limitée de mouchoirs de fantaisie avec emblèmes patriotiques et devises canadiennes. Les marchands-détail- leurs qui désirent se procurer un article de grande vente pour la saison des fêtes ne devraient pas manquer cette opportunité.

MM. E. O. Barette et Cie, Temple Building, rue St-Jacques, Montréal, offrent à des prix très réduits des lignes complètes de cravates et de bretelles pour les besoins du commerce des fêtes. Ces marchandises étant dans leurs magasins peuvent être livrées de suite. Les ordres par la maille reçoivent la plus grande attention.



M. Walter H. Barry, chef de la maison du même nom, nous avise que les affaires pour le printemps, sont très actives; la demande porte sur les qualités courantes et principalement sur les taffetas. Relativement aux nuances, les plus demandées sont les blancs, les crèmes, le bleu pâle, le rose et toutes les variétés du rouge; en second lieu viennent les nuances Toscane, Champagne, le gris et le brun.

En concluant, M. Barry remarque que les affaires du printemps n'ont jamais été aussi actives; il attribue cette activité au fait que les commerçants de détail se rendent généralement compte de l'avance des prix et aussi que les rubans sont appelés à devenir rares au printemps.

Les voyageurs de MM. Walter H. Barry & Co., partiront sur la route vers le 15 janvier, avec un assortiment complet de rubans haute nouveauté pour le commerce du printemps 1907.

Nous rappelons à nos lecteurs que MM. Walter H. Barry & Co., rue McGill, Montréal, méritent à tous les points de vue le titre de la maison par excellence pour les rubans; dans aucune autre maison on ne trouve une aussi grande variété et les prix cotés sont les plus bas du marché canadien. Les ordres par la maille sont l'objet d'une attention intelligente et sont exécutés avec rapidité.



Le marché des cotonnades est plus ferme qu'il n'a jamais été. Les maisons de gros ont beaucoup de se plaindre de la façon dont on fait les livraisons et, pour cette raison, elles ne peuvent donner à leurs clients toute la satisfaction qu'ils voudraient.

La Montreal Cotton Co., qui est propriétaire des moulins de Valleyfield, a publié en date du 1er décembre, une nouvelle liste de prix avançant de 5 à 10 p. c. diverses lignes de sateens, de jeans, de percalines et de foulards.

Par suite de l'augmentation variant de 5 à 10 p. c. qui a tout dernièrement eu lieu sur les cotonnades de couleur, telles que les tickings, les flanellettes, les denims, les principales maisons de gros de Montréal et de Toronto ont avisé leurs clients du détail qu'elles se voyaient obligées d'avancer leurs prix.

Pour Garder votre Clientèle

Vous devez avoir à vendre des marchandises correctes, marchandises sur lesquelles le client puisse compter.

Votre Jugement

vous portera sûrement à choisir vos

Marchandises du Printemps

dans notre stock bien assorti. Vous trouverez, dans les échantillons de nos voyageurs, de nombreuses lignes qui

Etabliront votre Commerce et vous
Rapporteront de bons Profits nets.

GREENSHIELDS LIMITED
MONTREAL.

Pour donner une idée de la lenteur avec laquelle se font les livraisons de cotonnades par les moulins, un marchand de gros nous disait que des flanellettes Saxony qui devaient lui être livrées en juin 1906, n'étaient pas encore complètement livrées.

Il est beaucoup question dans le commerce de gros de la nouvelle manufacture de cotonnades qu'il est question d'établir à Lachine.

Il paraîtrait que la Dominion Textile établira de son côté une nouvelle manufacture à Shawanegan Falls.

On nous dit que les deux villes offrent beaucoup d'avantages au point de vue de la main-d'œuvre, en ce sens que, dans les deux localités, il existe des industries importantes qui emploient un nombre considérable d'hommes, tandis que les femmes sont obligées d'aller ailleurs pour trouver de l'ouvrage.



Une annonce à lire

Nous attirons d'une façon toute spéciale l'attention des lecteurs de "Tissus & Nouveautés" sur l'annonce de la North Western Fur Mfg. Co., rue St-Paul, Montréal. Cette maison offre à des prix très réduits un stock de fourrures haute nouveauté comprenant des manteaux en fourrures pour dames et messieurs, ainsi que toutes les garnitures de fantaisie telles que étoles, boas, tours de cou, etc., etc.

MM. Napoléon Mingay, Parthaléon Jobin et Gauthier, de la North Western Fur Mfg. Co., resteront à Montréal pour recevoir leurs clients à l'occasion de la vente extraordinaire à prix réduits qui se fera d'ici au 15 janvier, dans les magasins de la compagnie.

Si vous voulez avoir des fourrures haute nouveauté à des prix exceptionnellement bas, adressez-vous à la North Western Fur Mfg. Co., qui vend actuellement un stock supérieurement assorti. Les commandes par la maille recevront la meilleure attention.



M. H. Duverger, gérant de la succursale montréalaise de MM. Geo. H. Hees, Sons & Co., de Toronto, nous dit que les affaires sont excellentes.

De fait, le mois de novembre a été le plus fort que la maison de Montréal ait jamais eu.

La demande est générale, portant sur les rideaux, les étoffes pour ameublements et sur les blinde.

Par suite de l'avance considérable survenue sur les laines brutes de tous genres, plusieurs maisons de gros ont cru devoir augmenter les prix de leurs tapis de laine.

Nous apprenons que MM. Geo. H. Hees, Son & Co., ont l'intention de mettre sur le marché au commencement de l'année 1907, plusieurs nouveautés fabriquées dans leur manufacture de Valleyfield. En outre des nouvelles lignes de tapestry, on nous parle d'une ligne de Scotch Holland pour la confection des blinde ou stores; c'est le premier article de ce genre qui ait été manufacturé au Canada et cela avec un plein succès.

MM. Brophy, Cains Co., Ltd., rue Ste-Hélène, Montréal, sont en mesure d'offrir à des prix très avantageux une belle ligne de tapis Rugs. Ces tapis sont faits d'après sies dessins et les coloris les plus nouveaux.

L'ESCOMPTE DES CHEQUES

Il est avantageux d'être toujours accomodant, mais il y a des moments où il est bon de considérer d'abord lequel de deux intérêts en conflit il faut servir le premier. La commodité de nos clients et de nos associés en affaires ne devrait pas souffrir sérieusement du fait que nous nous rendons aux requêtes multiples d'étrangers ou même de personnes de connaissance, dont nous pouvons très bien connaître la situation commerciale, mais qui ne sont pas des clients dans toute l'acceptation donnée à ce mot.

Les magasins de campagne, en particulier où il y a peu de facilités pour les opérations de banque, ou même où il n'y en a pas du tout, sont sujets à être assaillis des requêtes de personnes qui demandent à faire escompter leurs chèques. Quand on connaît bien la responsabilité de toutes les parties, il peut n'y avoir à cela aucune objection, tant que le marchand ne laisse pas baisser sa monnaie disponible assez pour gêner ses propres transactions avec ses clients; une telle manière de faire non seulement lui causerait de l'inconvénient, mais priverait ses clients d'une commodité à laquelle ils ont droit de préférence à un étranger.

Il se peut que vous attendiez bientôt d'autres fonds, soit d'un débiteur, soit même de la banque. Ce n'est pas une raison suffisante: attendez que ces fonds soient arrivés. Leur envoi peut être retardé, et ce n'est pas dans l'attente des événements que se font les affaires. Si le détenteur du chèque veut bien attendre que les fonds soient arrivés, vous pouvez alors le lui escompter, sans inconvénient; sinon, laissez-le s'adresser ailleurs. Vous devez vous occuper d'abord des personnes qui viennent faire des achats et être accomodant pour elles en premier lieu.

Etablissez comme règle, et n'y dérogez pas, de ne pas escompter de chèques quand cette transaction fait descendre vos fonds disponibles au-dessous d'un point fixé, que votre expérience en affaires vous a indiqué comme une marge à ne pas dépasser. Quelques marchands fixent ce point à une certaine somme, d'autres à un certain pourcentage de la moyenne d'affaires faites la semaine précédente.

Un marchand dans un petit village disait à l'auteur de cet article qu'il n'osait jamais rester avec moins de cinquante dollars dans sa caisse. Ce chiffre serait ridiculement bas pour certains marchands; pour d'autres, il pourrait représenter le montant des affaires faites au comptant pendant plusieurs jours. Il est impossible d'établir une règle fixe pour tous les marchands; chacun devrait se fixer sa propre règle d'après la connaissance personnelle qu'il a acquise de son commerce, et ne pas dévier de cette règle.

LA CONCURRENCE

Ne croyez pas que la concurrence soit nuisible à vos affaires; considérez qu'elle est pour vous ce qu'un entraîneur est un coureur. Si dix experts étaient à votre emploi, s'étudiant à améliorer votre commerce, vous en retireriez certainement du bénéfice, bien que ces dix experts vous coûtent plus que vos profits ne le comporteraient. D'autre part, si vous avez dix concurrents, si ceux-ci étudient le soir les moyens à prendre pour améliorer leur commerce, vous pouvez profiter de leur expérience sans qu'il vous en coûte rien. Il s'en suit que vous devriez considérer la concurrence comme avantageuse pour vous.

Le monde est vaste; il y a place pour tous dans l'univers; mais par la loi de compensation ce sont ceux qui sont les mieux outillés qui obtiennent les plus fortes récompenses. Si vous êtes nonchalant, si vos efforts sont négatifs, vous avez peu de chance de remporter un prix. D'habitude les jeunes gens prennent la résolution de se retirer des affaires vers l'âge de cinquante ou de soixante ans et d'en prendre alors à leur aise. Il n'y a pas de plus grave erreur que celle-là. Il vaut beaucoup mieux s'épuiser par le travail que de s'enrouler dans l'oisiveté.

Le travail n'est pas agréable aux jeunes. Plus tard, c'est une nécessité. Plus tard encore, c'est un plaisir et finalement une nécessité absolue pour le bien-être physique et intellectuel de l'homme. On ne peut guère voir de spectacle plus lamentable que celui de l'homme qui est arrivé à une certaine fortune et qui s'est retiré de la vie active des affaires.

Il gâpille son temps autour de chez lui, il va de club en club et éprouve un sentiment d'isolement difficile à décrire.

NE MANQUEZ PAS DEVOIR
DES ECHANTILLONS DE...

Gants, Mitaines, Toques, Ceintures, Nuages et
Jerseys Tricotés

"MARQUE BEAVER"

Avant de placer votre ordre pour
livraison d'Automne.

PAS DE MEILLEURE VALEUR sur le MARCHÉ

Notre agent de vente pour Québec, M. Gilpin,
ira vous voir sous peu.

Notre nouvelle ligne de **NUAGES** est très
attrayante et d'une excellente valeur.

The Stratford Knitting Co., Ltd.,
STRATFORD, Ontario.

C. TURNBULL CO., of GALT, Limited.
Galt, Canada.

Nos Voyageurs sont maintenant en route avec nos Nou-
veaux Echantillons de

**Sous-Vêtements à Cotes à Ces
Ela-tiques S'ajustant Parfaitement
POUR**

Dames, Enfants et Bébés.

Ces Sous-Vêtements sont de la plus haute qualité, et leurs Des-
sins et Garnitures sont de la dernière Nouveauté. C'est exactement
la sorte de Sous-Vêtement qui se vend à vue.

**Sous-Vêtements
C E B T E E**

Pure Laine,

**Façonnés sans coutures, Garantis Irrétractables,
Pour Hommes et Femmes.**

Cette Marque est devenue grande favorite. Elle est souple et
chaude, douce comme du velours, ne cause pas d'irritation et ne
perd jamais sa forme. Faite en Laine Indienne, pesanture moyenne
et forte, Soie et Laine, Worsted, Laine d'agneau et Mérinos.
Chaque article est estampillé et garanti.

Ces vêtements seront en demande, parce que nous les annonçons
largement dans les journaux quotidiens et hebdomadaires. **VOUS**
feriez bien de vous en procurer un bon stock.

C. TURNBULL CO., of GALT, Limited.
Galt, Canada.



Wm. Bartleet & Sons

ÉTABLIS N 1750

Abbey Mills,
Redditch, Angleterre

Fabricants des célèbres

Aiguilles à Coudre

"Marque Archer"

En usage depuis **156 Ans**

Qualité non surpassée.

Wm. Croft & Sons,

ÉTABLIS EN 1855.

Seuls Distributeurs pour le Canada.

Spécialités en : Peignes, Ornaments pour la Cheve-
lure, Brosses, Bourses, Sacs Vanity, Cartes à Jouer, Har-
monicas, Couteaux de Poche, Rasoirs et Cuirs à Rasoirs.
Articles divers de Nouveautés, Articles divers pour
Pharmaciens, Marchands de Tabacs et Pipes.

Stock complet dans tous les départements.
Si un de nos 9 représentants ne va pas vous voir, écri-
vez-nous directement.

126 - 128 - 130 - 132, rue Queen Est,
TORONTO.



PRINCESS RIB

Le Bas élégant pour
Garçons et Filles.
Fait de fin double Fil
Lisle Egyptien.



ROCK RIB

Aussi fort que Gibraltar

Bas faits spécialement pour l'usage fati-
gant des Garçons et des Filles.

Faits d'un Fil spécialement fort à
Trois Brins.



HERCULES RIB

La limite de Résistance

E. H. WALSH & CO., Agents Vendeurs
TORONTO ET MONTREAL.

Il essaie de tuer le temps pendant le jour, car ses camarades sont occupés par leurs affaires et, le soir venu, il est prêt à rechercher le plaisir.

D'autre part, ses camarades ont autre chose à faire et notre ami retiré des affaires se demande ce qu'ils ont contre lui.

Il s'aperçoit qu'il y a loin de ce qu'on se figure à la réalité. L'argent ne sert qu'à procurer les moyens de vivre. Quand vous avez assez pour acheter les choses nécessaires à vous procurer du confort et à vous faire jouir de la vie, le surplus n'est rien. L'homme d'affaires devrait travailler et préparer l'avenir de manière qu'en cas de maladie il puisse se procurer tout le confort voulu et voyager pour recouvrer la santé.

L'homme qui désire être heureux devrait s'arranger de manière à enseigner à ses subalternes à prendre en mains la direction des affaires; il pourra ainsi abandonner cette direction et la reprendre comme il lui plaira.

L'idéal pour un homme de soixante ans est de pouvoir voyager au gré de sa fantaisie, travailler quand il le désire, consacrer son temps à quelque idée favorite, si tel est son plaisir. L'homme qui encaisse, porte son argent à une banque et s'abstient de tout travail décline rapidement.

Le cultivateur qui s'enrichit se transporte à la ville et, à moins qu'il n'ait quelque occupation comme le jardinage, l'achat et la vente de marchandises, il offre un triste spectacle. Après son lever, il prend son déjeuner, se rend à la gare de chemin de fer pour voir passer un train, revient chez lui, tallade un morceau de bois, va de nouveau voir passer un train, rentre chez lui; voilà son occupation tout le long du jour. Au bout d'un an, on peut le voir s'appuyer sur une canne et cela simplement parce qu'il n'a aucune occupation régulière. Il est très porté à descendre en lui-même et il se découvre bientôt des maladies auxquelles il n'aurait jamais songé auparavant. Il fréquente, par sympathie, des personnes dans la même condition que lui. C'est un exemple bien connu de tout le monde.

Si vous désirez vivre longtemps et être heureux, arrangez-vous pour que d'autres fassent la partie pénible de vos affaires, et ayez toujours un bureau où vous avez des devoirs à accomplir, que ces devoirs aient de l'importance ou en aient peu. Une occupation est le plan de la nature pour rendre les hommes heureux. Si vous avez tout l'argent qui vous est nécessaire, donnez-vous une occupation quelconque, livrez-vous à quelque passe-temps ou à quelque travail scientifique qui absorbe votre attention.

C'est un spectacle bien triste que celui d'un homme encaissant de l'argent puis restant oisif dans l'idée fallacieuse

qu'il en prendra à son aise tout le reste de sa vie. En réalité cet homme compte tout bonnement les jours jusqu'à l'heure de sa mort. Il n'y a rien là-dedans.

LES PAIEMENTS AU COMPTANT ET LES DETTES

Il serait de l'intérêt du pays en général que l'octroi du crédit fût considéré comme une faute tombant sous le coup de la loi.

Par crédit, nous voulons dire ici l'ouverture de comptes faite ordinairement aux clients dans les magasins. Dans le système moderne des affaires, un crédit plus ou moins grand est nécessaire pour mener à bien des entreprises commerciales; mais ce genre de crédit est bien différent de l'achat à crédit des aliments journaliers et des vêtements.

Dans le premier cas, de l'argent est emprunté d'habitude sur de bonnes garanties et est employé pour le développement d'un commerce, ce commerce même ayant, dans la plupart des cas, une valeur égale ou supérieure à celle de la somme ainsi empruntée. Il en va autrement des comptes ouverts dans une épicerie ou un magasin d'effets d'habillement. Les objets achetés dans ces magasins figurent parmi les articles de dépenses courantes, ils sont mis en usage et rien d'eux ne reste pour répondre à une réclamation de paiement.

Le fait de savoir qu'on peut se procurer des marchandises sans les payer au comptant donne l'habitude de faire des achats trop considérables, l'habitude des dépenses extravagantes. Souvent un homme désire se procurer une chose, mais n'a pas l'argent nécessaire à son achat. Il sait qu'il peut l'acheter à crédit et payer à quelque autre époque. C'est ce qu'il fait sans réfléchir que si ses revenus ne suffisent pas à ses dépenses, ils ne suffiront évidemment pas à lui permettre de reprendre le dessus une fois qu'il se sera mis en arrière. Il est facile de suivre une habitude, une fois que celle-ci est prise, et cette habitude ayant acheté des marchandises à crédit, recommencera le mois suivant, jusqu'à ce qu'il se trouve surchargé de dettes, dont il ne pourra plus sortir.

L'homme qui contracte des dettes peut vivre largement pendant quelque temps. Il peut jeter de la poudre aux yeux et se décevoir soi-même, jusqu'à ce que les billets à payer commencent à arriver. Bientôt tout son temps est employé à user de défaites avec ses créanciers et, chose assez étrange, les marchands mêmes qui autrefois avaient consenti le plus volontiers à lui ouvrir des comptes sont ceux qui maintenant lui réclament de l'argent pour les marchandises livrées.

D'autre part, l'homme qui considère d'abord son revenu et coordonne ses dépenses en conséquence, payant comptant

chaque article de consommation et se passant des choses qu'il ne peut pas payer, cet homme peut ne pas vivre avec autant d'éclat; mais sa vie repose sur une base solide et le seul changement qu'il y puisse apporter sera dans le sens d'une amélioration.

Au point de vue du marchand, l'argent comptant est souverain.

Si un marchand vend une grande partie de ses marchandises sur une base de crédit, il devra en demander un prix qui lui permette d'agir ainsi. Il ne peut pas faire des achats chez ses marchands de gros et les payer à une époque indéterminée. Ses paiements doivent être faits promptement, ou bien il devra fermer boutique. Si ses marchandises sont vendues à crédit, il devra emprunter de l'argent pour payer ses traites, et les prix qu'il fera à ses clients devront être assez élevés non seulement pour payer l'intérêt de l'argent qu'il emprunte, mais pour que ses profits soient en rapport avec le retard des paiements. Au contraire, le marchand qui ne vend qu'au comptant peut faire ses achats au comptant; il peut profiter d'escomptes, il n'a pas d'intérêt à payer, son capital peut avoir une circulation rapide, et ses marchandises peuvent être vendues à des prix auxquels ne peuvent songer ses concurrents vendant à crédit; il fera encore plus de profit qu'il n'aurait pu en faire avec le système du crédit.

L'achat d'une propriété, la construction d'un chemin de fer, une entreprise publique de nature similaire n'ont rien de commun avec les ventes à crédit dont nous parlons plus haut. Ce dernier genre de crédit représente une condition nécessaire d'un travail de développement et la propriété est toujours une ample garantie de la dette contractée. D'autre part, une dette contractée pour les dépenses courantes de la vie, sous forme de comptes ouverts chez l'épicier, le boulanger et ailleurs, est une dette pour laquelle il n'y a ni garantie, ni excuse.

LES AIGUILLES

Une aiguille est un article bien petit, mais une consommation d'environ 300,000,000 d'aiguilles dans le monde entier, fait un total assez fort. Chaque année, les femmes des Etats-Unis cassent, perdent et emploient environ 300,000,000 de ces petits instruments.

Aux Etats-Unis, les aiguilles sont un produit fini de l'ingéniosité et de l'habileté des ouvriers américains; et cependant, combien y a-t-il de personnes, enfant une aiguille ou faisant une couture qui aient jamais pensé aux divers procédés par lesquels doit passer le fil d'acier, avant qu'il ne soit transformé en aiguille.

La fabrication d'une simple aiguille comprend de 21 à 22 différents procédés, qui sont les suivants:

MARCHANDISES CANADIENNES
POUR LE
PEUPLE CANADIEN.



HARRIS & COMPANY, LIMITED

ROCKWOOD. ONT.

ETOFFES A COSTUMES pour DAMES,

ETOFFES EN FRISE POUR MANTEAUX,
FILS A FILER.

Agents de vente:

MONYPENNY BROS. & CO.
TORONTO. MONTREAL.

Les Gants
de Peau de



PEWNY

Sont les Gants

dont chaque paire est accompagnée
d'une garantie.



Vous ne courez aucun
risque en les vendant.



NOUS SOMMES LES SEULS AGENTS

GREENSHIELDS LIMITED

MONTREAL

CEINTURES

En Corde de Soie
POUR DAMES.

Ces Ceintures sont une spécialité; elles se portent avec les
Manteaux de Fourrures.

Elles sont manufacturées par la

CANADA CORD & TASSEL CO.,
DE TORONTO.

Les marchandises manufacturées par cette Compagnie
sont reconnues pour être de qualité supérieure à toutes les
marchandises similaires d'autre provenance.

Pour PRIX et ECHANTILLONS s'adresser à

BRODEUR & FRERE

AGENTS DE MANUFACTURES

MARCHANDS A COMMISSION

Chambre 123, Bâtisse Coristine

MONTREAL.

Tel. Bell
Main 5590

Tel. des Mds.
511

Corset

E. T.

Style No 233



Devant droit en pointe, buste médium.
Fait de coutil fin, garni de dentelle et
de ruban, Jarretières élastiques de de-
vant et de côté, dos Vénus, blanc et gris.

PRIX, \$6.50 LA DOZ.

Tout Corset E. T. est sou-
mis à un
examen soigneux avant de sortir de
la fabrique. Nous les garantissons
tous.

Demandez-le à votre Marchand de Gros.

Coupage du fil métallique suivant les longueurs voulues; redressage, quand ce fil est chaud; appointage des aiguilles sur des meules; étampage pour le chas, évidage; perçement du chas, qui se fait au moyen de presses à vis; enfilage d'une aiguille double au moyen d'un fil métallique fin; affûtage à la lime et enlèvement de la partie laissée en trop de chaque côté du chas par l'étampage; séparation des deux aiguilles, pour obtenir la longueur d'aiguille voulue; polissage des têtes, pour enlever la bavure laissée par l'étampage et la cassure; durcissement dans l'huile, qui a pour but de rendre l'aiguille cassante; trempe, triage, qui a pour but de mettre de côté les aiguilles qui se sont tordues par l'opération de la trempe; redressage des aiguilles tordues; nettoyage et polissage, bléissage, chauffage des aiguilles, pour adoucir l'ouverture du chas, enlèvement de toutes les bavures, polissage de la tête, affûtage final, polissage final, mise en papier et étiquetage. Pour l'emballage, on emploie du papier violet, parce qu'il empêche la rouille.

Il y a beaucoup d'espèces d'aiguilles: —Celles qui constituent l'outillage des chirurgiens, l'aiguille-sonde, faite pour trouver la trace des balles et pour sonder des cavités cachées qui contiennent du pus; l'aiguille pour suture, la longue aiguille, qui sert à rapprocher les lèvres des blessures, etc. Quelques-uns de ces petits instruments sont minces, d'autres sont épais; d'autres encore, sont longs et droits, d'autres sont recourbés deux ou trois fois. Le vétérinaire a aussi son jeu spécial d'aiguilles. Les aiguilles du cuisinier sont faites d'une manière étonnante. Le lardoir est employé pour réunir ensemble de gros morceaux de viande. L'aiguille à trousser et à insérer du beurre fondu ou de la sauce à l'intérieur de la dinde de Noël. Cette aiguille est creuse et a une grande ouverture dans laquelle on verse la sauce. Non moins intéressantes sont les aiguilles employées par le tapissier. Quelques-unes sont à demi-courbées, d'autres ont des pointes arrondies. Le tapissier emploie des aiguilles ayant des chas faits d'une manière curieuse—allongés, arrondis, en forme d'oeuf et fraisés; les mêmes sortes d'aiguilles sont employées par les fabricants de faux-cois. Il y a aussi les aiguilles fragiles employées par les fabricants de perziques, les fabricants de gants et les tisserands; ces aiguilles sont souvent aussi fines qu'un cheveu. Les aiguilles à gants sont des spécimens splendides de l'habileté de l'ouvrier; les plus fines d'entre elles ont une extrémité à trois pointes. La grosse aiguille à voiles, qui doit être poussée avec une paume d'acier, intriguera la plupart des personnes, de même que l'aiguille des fabricants de balais qui doit être aussi poussée avec une paume d'acier. L'ai-

guille curieuse de la machine à tricoter, les aiguilles de tapissiers, de tisserand, pour pincer les fils cassés, le long instrument employé par les modistes, l'aiguille de l'ouvrier qui met en balles les chiffons, toutes ces aiguilles, et d'autres encore qui ne demandent pas une description spéciale, forment une collection curieuse.

L'aiguille, telle que nous la voyons aujourd'hui, est le résultat d'une invention qui date de plusieurs siècles. Dans sa forme primitive, l'aiguille était faite en os, en ivoire et en bois. Les aiguilles de fabrication espagnole ont été introduites en Angleterre pendant le règne de la reine Elizabeth. Leur fabrication s'est améliorée degré par degré, jusqu'à ce que le petit instrument fût devenu un des produits hautement fins de la machine à et de l'habileté des ouvriers du XIXe siècle.

L'ATTRAIT DES VITRINES

On parle de l'influence éducationnelle des visites aux galeries de peintures, aux collections artistiques et aux musées en général; mais la moitié des personnes qui font ces visites s'en acquittent d'une manière superficielle, poussée qu'elles y sont par un vague sentiment de devoir et souvent elles sortent de là pas beaucoup plus instruites que quand elles y sont entrées. Toutes les rues commerciales des grandes villes offrent à la fois le spectacle de galeries artistiques, de musées et d'universités, quand on a l'esprit disposé à les regarder à ce point de vue. Généralement, quand une personne regarde une vitrine, elle le fait pour un intérêt dont elle bénéficie inconsciemment.

Quand vous réfléchissez à ce qu'on peut voir au cours d'une promenade d'un demi-mille faite sans hâte le long d'une rue bordée de magasins, vous vous rendez compte qu'un district commercial est une sorte d'institut réunissant les arts, les sciences et les inventions. L'homme qui ne peut recueillir quelques idées ou impressions utiles pendant une promenade faite intelligemment, doit être bien peu observateur, pour ne pas dire plus. J'ai retiré un immense plaisir et un immense profit de l'inspection des vitrines, dit un auteur dans "Chicago Evening Journal". C'est un des moyens que j'emploie pour me tenir au courant des progrès esthétiques et pratiques du monde.

Vous pouvez juger du caractère d'une communauté beaucoup plus intelligemment par une étude des vitrines de ses magasins que par celle de ses galeries artistiques, de ses bibliothèques publiques et autres choses similaires, orgueil de la localité; car cela représente l'esprit d'énergie du petit nombre de personnes dont l'esprit est cultivé, ou

peut même être dû à la générosité d'un seul homme. Au contraire, les vitrines des magasins affirment le goût ou le manque de goût général; elles reflètent en quelque sorte les gens eux-mêmes, car le genre des étalages d'un magasin correspond au genre des personnes qui les encouragent.

Je suis persuadé que je n'ai pas besoin d'autre chose que d'un vitrine des magasins pour me rendre compte des grands progrès d'un pays. J'ai noté des changements très remarquables pendant les seize ans que j'ai parcouru régulièrement les grandes villes des Etats-Unis. Ce dont je veux parler, ce sont les preuves évidentes de l'amélioration du goût et de l'instruction en général.

C'est à peine si on peut voir une vitrine de magasin qui ne soit pas une preuve des progrès qui ont lieu, que ces progrès se manifestent dans le sertissage des bijoux, la reliure des livres, l'arrangement d'un bouquet de fleurs, le groupement de fruits, ou dans la manière dont on donne une valeur ornementale ou attrayante à des articles d'utilité courante. Je pense que les vitrines des magasins des principales villes de l'Amérique sont aujourd'hui les plus belles au monde.

Mais il n'est pas nécessaire de faire de la morale ou de la philosophie. Le plaisir réel que l'oeil éprouve à regarder les vitrines de magasins leur est une justification suffisante.

LES DROITS SUR LES EMBALLAGES

Les diverses associations de commerçants de gros ont décidé d'envoyer une délégation à Ottawa pour demander au gouvernement d'enlever les droits imposés par le nouveau tarif sur l'emballage des colis.

Les frais d'emballage grèvent parfois très lourdement le prix de coût des marchandises, alors que les matériaux d'emballage n'ont souvent aucune valeur marchande pour l'importateur et quand ils en ont une, cette valeur est bien réduite. C'est une complication dans les entrées en douane que ne justifie pas le besoin d'argent puisque le gouvernement sollicite tous ses exercices avec un surplus les recettes. Ce droit ne saurait protéger non plus l'emballage canadien et d'autre part, les caisses venant du dehors et notamment d'Angleterre sont souvent faites de bois canadien. Comme le droit n'est imposé ni pour des fins de revenu, ni pour des fins de protection, le gouvernement ne nous semble pas devoir s'opposer par des arguments décisifs à la réclamation des commerçants.

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

LA PRODUCTION ET LE COMMERCE DE L'ABACA AUX ILES PHILIPPINES

Le chanvre de Manille, connu généralement sous le nom d'abaca ["musa textilis"], est une espèce de bananier qui croît en beaucoup d'endroits des Iles Philippines. L'abaca et le bananier proprement dit ["musa paradisiaca"] se ressemblent d'une façon frappante et il faut être connaisseur pour les distinguer l'un de l'autre; les feuilles de l'abaca sont d'une teinte plus foncée et de moindre dimension que celle du bananier.

La quantité de chanvre produite aux Iles Philippines avant 1820 était insignifiante et ce ne fut qu'en 1825 que la précieuse fibre fit son apparition sur les marchés étrangers. La nouvelle industrie se développe surtout en 1830, lors de l'ouverture des Iles au commerce étranger et de l'abolition du monopole du Gouvernement espagnol. A cette époque, deux maisons américaines détenaient à peu près tout le commerce du chanvre; ces maisons Russel et Surgis et Pelle, Hubell et Cie, furent les véritables promoteurs de cette industrie et prodiguèrent à l'indigène des encouragements de toute nature pour l'intéresser au développement de la culture de l'abaca. Des avances considérables de numéraire étaient consenties, sur la

récolte future au producteur philippin, qui ne voulait traiter sur aucune base avec les commerçants de la place de Manille.

En 1840, les deux maisons citées plus haut exportèrent déjà 140,000 piculs de chanvre; elles avaient un monopole de fait, qu'elles conservèrent jusque vers 1850, époque où la maison Ker and Co., qui est une des plus connues aujourd'hui commença aussi le commerce de l'abaca. La disparition des deux anciennes maisons américaines, en 1876 et en 1887, n'entraîna pas le développement des exportations de chanvre; au contraire, à partir de 1881, elles suivirent une marche ascendante presque continue.

Le chanvre est aujourd'hui le produit capital et l'une des sources les plus importantes de la richesse des Iles Philippines. Cette fibre est, en effet, une spécialité du pays, spécialité en ce sens qu'on n'a pas réussi jusqu'à présent à produire dans d'autres contrées tropicales un chanvre possédant au même degré les qualités de celui de Manille. Plusieurs essais furent faits aux Indes anglaises, à Java, à Sumatra, mais les résultats ne répondirent pas à l'attente; en Indo-Chine, une expérience tentée il y a quelques années aurait été, paraît-il, couronnée de succès. L'avenir démontrera ce qu'il faut en penser. En fait, les Iles Philippines possèdent donc à ce

jour le monopole de la production du chanvre.

A côté de la perspective d'une vente toujours aisée, l'exploitation de l'abaca présente beaucoup d'avantages au planteur. Cette culture est très facile et ne donne guère de préoccupation à ceux qui l'entreprennent; en effet, la réussite de la récolte ne dépend pas des saisons, les soins sont presque nuls, il n'y a pas d'inondation à craindre dans une exploitation bien comprise, pas de machines coûteuses à employer. En outre, les ravages causés par les insectes, les ouragans, la sécheresse sont excessivement rares, surtout quand on a pris les précautions d'usage pour garantir la fibre contre ces divers fléaux. Nous verrons plus loin en quel consistent ces soins de prévoyance.

Des avantages ont placé la culture de l'abaca en tête de toutes celles entreprises aux Philippines.

Mais si ce commerce paraît présenter des chances sérieuses de succès, il ne faut pas oublier pourtant qu'il exige des capitaux considérables et parfois exposés à certains risques et qu'en outre peu d'affaires sont plus sujettes à la spéculation que celle du chanvre. Un fort capital est nécessaire à cause du système, toujours en vogue, de faire des avances au producteur avant le travail de la fibre. Tous les grands trafiquants en

A. M^C DOUGALL & CO.

Nos VOYAGEURS sont maintenant en route avec les dernières NOUVEAUTÉS pour le

PRINTEMPS 1907

Notre Assortiment de **TWEEDS ET WORSTEDS** pour Costumes

ET DE **LAINAGES IMPERMÉABLES**

pour la confection des pardessus est supérieur, comme qualité et variété, à tout ce qui a été offert jusqu'à présent au Canada.

197, rue McGill, MONTREAL.

Succursale: Coin des rues du Pont et St-Joseph, St-Roch, QUEBEC.

POUR VOTRE PROCHAINE VENTE

Nous vous donnons beaucoup pour peu d'argent. Pour vous engager à vous servir de nos enseignes, nous vous enverrons, express payé, moyennant \$10.00, les enseignes suivantes:

Une enseigne sur ooton, 3" x 20", lettrage en belles couleurs,

Six Cartes d'Étamage, 22" x 38",

Six " " 14" x 22",

Deux cents tickets de prix assortis.

Ces lots vous coûteront \$15.00, à nos prix réguliers.

Nous rédigerons la copie en vous donnant une matière dernier style, sans frais supplémentaires.

Notre prospectus, "Why Signs Pay," est envoyé gratuitement sur demande.

THE MARTEL, STEWART CO., Limited.
MONTREAL, Canada.

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.

chanvre admettent les nombreuses objections formulées contre cette façon de procéder, mais il a été reconnu pratiquement impossible de traiter sur une autre base avec le producteur. En effet, l'exportateur qui n'agit pas ainsi ne peut compter sur la quantité de chanvre dont il a besoin, l'indigène préférant vendre même à un taux inférieur, pourvu qu'on lui consente une avance sérieuse sur la récolte en perspective. On a cité, à ce propos, le chiffre suivant, qui serait même, paraît-il inférieur à la réalité. Les maisons de Manille auraient avancé plus de \$3,204,000 dans l'île de Panay et ces avances seraient considérées comme perdues.

Avant de passer en revue les diverses phases de la culture et de la manutention du chanvre, rappelons les usages auxquels cette fibre sert. Outre les câbles si renommés dont on se sert dans les mines et sur les navires et qui constituent la principale utilisation du chanvre, il convient de citer les tissus plus ou moins fins, et les chapeaux pour dames que confectionnent les indigènes. Les Philippines montrent une réelle aptitude à ce genre de travail et nonobstant leurs méthodes rudimentaires de tissage et les machines primitives qu'ils emploient, ils arrivent à produire des tissus réellement jolis et gracieux. La femme seule travaille au métier et ne rencontre pas actuellement la concurrence de la grande industrie, puisqu'on ne trouve pas encore, aux Philippines, de métier mû à la vapeur. Les meilleurs tissus proviennent des provinces d'Albany, Camarines, Tayabao et Iloilo.

On appelle "Sinamay", les tissus faits uniquement au moyen de fibre de chanvre; on en fait des vêtements qui, quoiqu'un peu rugueux, se vendent très facilement, vu leur prix peu élevé, leur fraicheur et leur grande solidité.

Le "tinampipi" est aussi un produit du chanvre dont la qualité est plus fine et plus soyeuse que celle du "Sinamay". Une pièce de tinampipi de 5 yards de longueur vaut deux dollars américains, tandis que le Sinamay ordinaire ne coûte que 50 cents. On confond souvent le tinampipi avec le "pina" que l'on fabrique au moyen de fibres extraites de l'annanas.

Citant ici les tissus philippins, il est difficile de passer sous silence le "justi" qui est si généralement renommé et tant apprécié par les élégantes de Manille pour sa beauté, sa légèreté et le choix harmonieux des couleurs. Ce tissu est fait de fils de soie et plus souvent d'une chaîne de coton ou de pina et d'une trame de soie. Les pièces de justi sont fabriquées principalement à Caloccan et Iloilo.

Les vêtements confectionnés au moyen de ces tissus sont très agréables à porter et on en fait un grand usage dans l'archipel. Lorsque ces produits seront

connus davantage aux Etats-Unis et en Europe, il n'est guère douteux que cet article d'exportation soit une nouvelle source de bénéfices pour les îles Philippines.

Quant aux déchets de la fabrication du chanvre, ils ont aussi leur utilité et sont employés dans les manufactures de papier.

La culture du chanvre, quoique facile, exige pourtant que certaines conditions soient observées. En choisissant un emplacement pour une pareille exploitation, il faut tenir compte des considérations suivantes: la quantité de pluie, l'humidité de l'atmosphère, l'exposition du terrain et la qualité du sol, enfin la protection des plants d'abaca contre les vents et rayons trop ardents du soleil.

Le chanvre exige une abondante quantité de pluie et beaucoup d'humidité dans l'atmosphère; celle-ci dépend en règle générale de la chute de pluie.

Quant au terrain, il doit présenter une certaine déclivité; on a remarqué, en effet, que les plants d'abaca se développent beaucoup mieux sur le versant d'une montagne que sur un terrain plat. Le sol de la plantation étant en pente, on obtiendra facilement un excellent drainage, condition indispensable à la vitalité de la jeune plante. Le plant d'abaca ne croîtra pas dans un sol où l'écoulement des eaux est mal compris, car l'eau qui stationne dans les champs produit à bref délai la moisissure de la fibre; d'autre part, un sol frais où règne continuellement une certaine moiteur convient admirablement au développement des jeunes pousses et produit de très bon chanvre.

Les terrains de formation volcanique sont réputés les meilleurs et ont toujours donné d'excellents résultats. Ces sols sont très résistants et pour ce motif conviennent fort bien à l'abaca qui, comme toutes les plantes textiles est une fibre très épuisante; c'est là un détail très important qu'oublient malheureusement trop souvent les producteurs de chanvre. L'abaca étant une plante

épuisante, il convient [ce qui ne se fait pas aux Philippines] de restituer au sol les éléments minéraux qui lui ont été enlevés. Si l'on agit autrement et si l'on se contente de couper les pieds mûrs sans jamais ajouter d'engrais, on finit par ne laisser aux rejetons nouveaux qui sont ordinairement au nombre de cinq par an, qu'un sol d'une fertilité insuffisante. Au bout d'un certain nombre d'années, cela doit nuire à la finesse et à la résistance de la fibre. L'exploitation du chanvre se prolongeant parfois durant dix ou quinze ans sur le même sol, il n'est guère étonnant que la fibre produite soit moins bonne que dans les commencements. De tous côtés on constate que la qualité actuelle du chanvre est inférieure à celle qu'on obtenait jadis; les plantes deviennent chaque jour plus pressantes et il est urgent de remédier à bref délai à cet état de choses, si l'on veut conserver intacte, au chanvre de Manille, sa renommée si brillante. Il faudrait que le producteur fût convaincu de cette nécessité de rendre au sol la force que lui ont prise les racines de l'abaca.

Le sol du mont Iriga réunit admirablement les conditions énumérées plus haut. Le mont Iriga est situé dans le sud de la province de Camarines, entre le mont Isarog et le volcan Mayon. Ce sol type est composé de débris et de cendres volcaniques mélangés de sable à gros grains et de galets; en outre, il est si riche en matières organiques, qu'une culture de chanvre, durant quarante années consécutives, n'en diminue guère la fertilité originelle. Les plants d'abaca y croissent si serrés les uns contre les autres que le sol est vraiment à l'abri du lavage produit par les fortes pluies; d'autre part, les feuilles et les souches des plants dont on a extrait la fibre, étant laissées sur place se trouvent dans un état permanent de décomposition. Il n'y a donc pas à craindre ici d'appauvrissement du sol, puisque tout, sauf le fibre, lui est restitué.

L'abaca se cultive surtout dans le sud

Téléphone : BELL, MAIN 2715

Adresse Télégraphique : "HIRSHSON", MONTREAL

Venant d'être reçus, plusieurs centaines de douzaines de modèles exclusifs en couleurs, en fait de

Mouchoirs en Soie avec Motto

A PARTIR DE \$2.00

Importateurs et Agents de Manufacturiers. Nouveautés et Articles de Fantaisie en Gros.

L. HIRSHSON & CO.

4 RUE DOLLARD, MONTREAL

Coin Notre-Dame Ouest En face de la rue Ste-Hélène

de Luzon, Samar, Leyte, Bohol, le nord de Mindano, Marinduque, Catanduanes. On en trouve aussi dans l'île de Negros et de Cebu, mais dans des proportions bien moindres. La meilleure qualité de chanvre provient de Marinduque, Albay, Leyte, Sorsogon et du nord de Mindanao. Les principaux ports de l'archipel, exportateurs de chanvre, sont Manille et Cebu.

Lorsqu'on a découvert un emplacement remplissant les conditions requises pour la culture de l'abaca, on commence généralement par faire un défrichage très sommaire. Il consiste à enlever la majeure partie des arbres qui se trouvent sur le terrain, en ayant soin toutefois d'en laisser quelques-uns, de façon à intercepter les rayons trop ardents du soleil tropical et à procurer ainsi l'ombre indispensable aux jeunes plants de chanvre. Après cette opération, la terre est légèrement retournée pour faciliter l'éclosion des graines ou le développement des rejets. Le plant d'abaca se compose d'une réunion de jets sortant d'une même souche; il atteint souvent trois mètres de hauteur. Le tronc est formé de tiges qui s'embolent les unes dans les autres et se terminent par de larges feuilles courbées gracieusement vers le sol. Chaque plant produit de cinq à sept rejets par an et porte des régimes de fruits dont la forme est allongée

et légèrement arquée comme celle de la banane.

La reproduction du chanvre s'obtient de deux façons: l'ensemencement et la reproduction par drageons. L'ensemencement ne donne de résultats qu'au bout de quatre ans et, pour ce motif, on lui préfère ordinairement la seconde méthode qui permet de récolter trois ans après la plantation.

Pour obtenir une bonne qualité de graines, il faut les extraire de fruits de belle taille, bien formés et récoltés au moment de leur maturité, lorsqu'ils sont encore adhérents à l'arbre. Les graines étant extraites du fruit, il s'agit de reconnaître celles qui sont aptes à produire de bons plants d'abaca. A cet effet, on procède à l'opération suivante qui est très simple et permet d'effectuer une classification: les graines sont jetées dans un baquet d'eau pour quelques heures; celles qui flottent à la surface sont de nulle valeur tandis que les bonnes graines descendant au fond du récipient. On ne peut assez insister auprès des producteurs, pour qu'ils surveillent de très près cette opération et n'admettent que des semences de toute première qualité.

Quant à la reproduction par drageons, voici comment elle s'opère: les jeunes pousses sont transplantées à l'âge de six mois, on ne peut choisir de meilleure

époque pour ce travail que le commencement de la saison des pluies, c'est-à-dire la fin du mois de mai et du mois de juin; ceux de juillet et août sont aussi considérés comme bons; ce qu'il faut surtout éviter, c'est de planter durant les mois de sécheresse continue. On dispose généralement les drageons en quinconce, à une certaine distance les uns des autres: 8 pieds entre les lignes et 5 pieds sur la ligne, soit 6½ pieds au moins entre chaque plante. Cette distance est nécessaire car la racine de l'abaca étant épuisante, a besoin d'un espace suffisant pour se développer sans nuire aux plants voisins.

On a coutume d'alterner les lignes de plants d'abaca avec des lignes de patate douces. Les branches de la patate [ou camote] s'étendent sur le sol et conservent aux jeunes jets une fraîcheur très utile; au bout d'un an et demi, ceux-ci sont devenus assez forts pour se passer de cette végétation protectrice et celle-ci, comme si elle comprenait que son rôle est terminé, perd ses feuilles et meurt, laissant aux jeunes arbustes le champ libre pour se développer.

La production est fort peu uniforme; elle dépend de l'humidité de l'atmosphère, de la composition du sol, du nombre des plants à l'acre et des soins apportés à la culture; aussi les renseignements recueillis à ce sujet sont-ils très

PRINTEMPS 1907

Attendez nos voyageurs qui sont actuellement en route avec les plus hautes nouveautés pour le printemps 1907.

DRAPERIES ANGLAISES ET ECOSSAISES,

TISSUS à PARDESSUS UNIS et de FANTAISIE.

VICUNAS, CHEVIOTS et SERGES

BEAVERS et MELTONS,

Drap Bleu pour uniforme d'hommes de police et de pompiers.

VOYEZ NOS

FOURNITURES EN TOUS GENRES POUR TAILLEURS.

Demandez à voir nos

TWEEDS et VICUNAS

POUR COSTUMES DE DAMES.

BEAVERS NOIRS et de COULEURS

POUR MANTEAUX DE DAMES.

La maison a pour principe de ne mettre en vente, même aux prix les plus réduits, que des marchandises de premier choix et de très bonne qualité.

C. X. TRANCHEMONTAGNE & CIE, 315, RUE ST-PAUL, MONTREAL.

peu concordants. Ainsi d'après M. Edwards, expert attaché au bureau d'Agriculture de Manille, un plant d'abaca produirait de une à deux livres de fibre par an, et comme il compte 2,500 plants par 2½ acres, la production annuelle serait de 1,032 à 2,064 de fibre par acre.

M. Gilmore, expert en matières fibreuses, prétend qu'à Masbaic, Sorsogon, Albay, centres où l'atmosphère est imprégnée d'une humidité constante, la production annuelle est de 772 livres de fibre sèche par acre; dans d'autres endroits où le climat est plus sec, l'acre ne produirait que 331 livres.

D'autre part, des planteurs de chanvre donnent des chiffres beaucoup plus élevés. Le propriétaire d'une exploitation de 500 acres récolte, dit-il, de 5,291 à 6,613 livres de fibre à l'acre par an; un planteur de l'Indo-Chine, au courant de l'exploitation de chanvre aux Philippines cite comme chiffre de production annuelle 667 livres par acre. Comme chaque rejeton donne environ 0.88 livre de fibre, on peut obtenir annuellement par arbuste une moyenne de 4.4 livres de fibre, soit par acre 441 livres.

L'écart considérable entre certains de ces chiffres peut provenir de circonstances particulières. D'autre part, les renseignements du bureau d'Agriculture et de ses experts ne paraissent pas, jusqu'à présent, très concluants. Ils n'auront de valeur vraiment sérieuse, que lorsque le bureau d'Agriculture, dirigeant lui-même une exploitation d'abaca, pourra fournir des indications basées sur une expérience personnelle.

Une exploitation d'abaca ne demande guère de soins, car sa réussite dépend surtout de la température. L'ardeur excessive du soleil dessèche la plante et l'eau en trop grande abondance la pourrit. Il est pourtant bon de faire tous les

six mois un sarclage pour enlever les herbes qui pourraient nuire à la croissance de la plante. Deux herbes sont très malfaisantes et peuvent compromettre, parfois tout le succès d'une culture de chanvre: on les appelle le "cogon" et l'"agosals". Des herbes nuisibles enlèvent aux jets d'abaca toute leur vigueur et provoquent la chute des feuilles. Le jeune plant dépouillé de feuilles est exposé à l'ardeur du soleil et destiné à périr, si on ne lui fournit, à bref délai, une protection efficace. A cet effet, on plante généralement un arbuste nommé "sandat" dont le développement rapide procure l'ombre et la fraîcheur si nécessaires.

On comprend aisément cette grande influence de l'ombre sur la réussite d'une exploitation de chanvre, si l'on songe que la terre, continuellement exposée aux rayons ardents du soleil, devient dure et empêche ainsi les racines jeunes et par conséquent sans force, de s'étendre et de trouver les matières organiques dont elles ont besoin.

On commence à récolter trois ou quatre ans après la plantation, selon le mode de reproduction qui a été adopté. Les plantes n'arrivant pas à maturité à la même époque, il n'y a pas de saison spéciale pour la récolte. La plante est dite à maturité, quand elle est en fleurs; il ne faut jamais récolter quand elle porte des fruits, car le fruit épuise la plante et nuit beaucoup à la résistance de la fibre. La coupe à lieu tous les six ou huit mois; certains planteurs la font même à des intervalles plus rapprochés, mais les récoltes trop fréquentes sont à déconseiller, car elles dégarnissent l'exploitation. On ne coupe que deux tiges à chaque plant, soit donc en moyenne quatre ou cinq par an; de cette façon les rejetons nouveaux ne sont pas dépourvus d'om-

bre, il faut avoir soin de séparer le jet de la souche, à un pied du sol, de peur que les racines ne soient attaquées par la pourriture du tronc. Dans les vingt-quatre, ou, au plus tard, les quarante-huit heures de l'enlèvement, on débarasse le jet d'abaca des tiges fibreuses qui le composent et on passe immédiatement à l'extraction du chanvre. Les fibres qui restent exposées plus longtemps au soleil, après la coupe, sont d'une couleur jaunâtre et perdent une partie de leur résistance à la traction et de leur élasticité. Pourtant, bien souvent, l'indigène insouciant laisse sur le sol les jets coupés, pendant un délai bien plus long, ce qui nuit beaucoup à la qualité de la fibre.

Il n'existe pas actuellement de procédé mécanique pour extraire le chanvre et le dégager de la partie charnue de la plante. On s'en tient encore au système barbare du couteau, qui affaiblit ou gâte une grande quantité de fibres. Maîns essais furent tentés pour arriver à un procédé plus perfectionné, mais aucune des machines inventées jusqu'à ce jour n'a donné de résultats satisfaisants; une prime importante figurait jadis au budget des Iles Philippines pour encourager les chercheurs, elle n'a pu être attribuée. Tout récemment, on a fondé à Manille une société "The Philippine Abaca Co.", dont le but est de construire et vendre un appareil qui réunirait les conditions voulues. MM. H. A. Anna, directeur et E. A. Smith, secrétaire-trésorier de la Compagnie, ont obtenu, paraît-il, des résultats dans les champs d'abaca de Leyte; on commencera sous peu la construction des machines, qui seront exposées et mises à la disposition de tous ceux que la culture du chanvre intéresse.

(A suivre).



PAGINATION DES ANNONCES



Arlington Co. [The]	33	E. T. Mfg. Co. [The]	45	Morrice, Sons & Co., D. [The]	13
Baldwin & Partners, J. & J.	51	Featherbone Novelty Co. [The]	25	McDougall & Co., A.	47
Barry & Co., Walter H.	9	Garneau Fils & Cie., P.	37	North Western Fur Mfg. Co. [The]	23
Brook Co. Ltd., W. R. [The]	2	Greenshields Ltd.	41, 45, 52	Paquet, J. Arthur.	7
Brodeur, J. D.	45	Hamilton Cotton Co. [The]	32	Penman Mfg. Co. [The]	35
Brophy, Cains & Co.	5	Harris & Co.	45	Racine & Cie., A.	31
Caverhill, John B.	11	Hess Son & Co., Geo. H.	17	Stratford Knitting Co. [The]	43
Chipman Holton Knitting Co. [The]	43	Hirschson & Co., L.	48	Tranchemontagne & Cie., C. X.	49
Compagnie de Publications Commerciales [La]	39	Kyle, Cheesbrough & Co.	7	Turnbull Co. Ltd., C. [The]	43
Croft & Sons, Wm.	43	MacDonald & Co., John.	15	Watson Mfg. Co. [The]	51
Debenham's [Canada] Ltd.	19	Martel Stewart Co. [The]	47	Weir Wardrobe Co. [The]	23
Dominion Suspender Co. [The]	29	Montreal Embroidery-Mfg. Co. [The]	33		
Dominion Wadding Co. [The]	47				

SANS EXAGÉRATION!
C'EST UN FAIT RECONNU DEPUIS 120 ANS
QUE LES LAINES à TRICOTER BEEHIVE

NE PEUVENT PAS ÊTRE SURPASSÉES

pour la **CHALEUR**, le **CONFORT** et la **DURÉE** combinés.

Dernières Spécialités:

- Laine à Tricoter Double Beehive.** Un fil splendide pour vêtements chauds, tels que Chaussettes, Bas, Bas pour Golf, Gants, "Comf rters" et Combinaisons. Il a la même longueur et la même épaisseur que le meilleur fil à filer à trois brins, mais est beaucoup plus fort et plus durable à l'usage.
- Laine pour "Rugs" Beehive.** Une nouveauté pour faire chez soi les Rugs et les Nattes. Retors câblé, fini lustré. Fournie en 3 douzaines de nuances d'art.
- Laine Eider Beehive.** Un article réellement de choix pour faire des châles et des "wrappers" élégants. Se lave parfaitement et convient particulièrement à la fabrication des Corps.
- Laine-Plume Beehive.** Un nouveau fil à Tricoter ou à Crochet. Reproduit l'apparence ondulée d'une Plume d'Austruche ou de l'Astrakan.
- White Heater.** "2de Qualité de Baldwin," fournie en "Scotch Fingering" 2, 3, 4 et 5 brins; Laine à Filer, 3 brins; Laine pour Corps; et "Pettitcoat Fingering," 4 brins. Laines bonnes, sûres, de haute qualité à un prix populaire uniforme.

J. & J. BALDWIN & PARTNERS, LTD.

HALIFAX, ANGLETERRE

Etablis en 1785

Vente en Gros uniquement.

AGENT:

DUNCAN BELL

MONTREAL et TORONTO

Demandez des échantillons.

Sous-Vêtements de Watson, Printemps 1907

Nos représentants sont maintenant en route avec leurs échantillons de **SOUS-VETEMENTS A COTES ELASTIQUES** pour le printemps 1907. Attendez qu'ils aillent vous voir avant de donner une commande ailleurs.

Nous avons un assortiment plus complet et une variété plus grande que jamais.

Demandez à voir nos Caleçons Patentés "ISABELLE," en tissu tricoté, dont nous sommes les seuls fabricants pour le **COMMERCE DE DÉTAIL**, ainsi que nos **LIGNES MERCERISÉES POUR HOMMES**. La meilleure valeur sur le marché.

Sous-Vêtements convenant aux hommes, femmes et enfants de "toute sorte et de toute condition."

Watson Manufacturing Co., Limited, Paris, Ont.

AGENTS:

ONTARIO
 McClung & Burns,
 117 rue Wellington Ouest, Toronto.

QUEBEC
 A. L. Gilpin,
 232 rue McGill, Montréal.

PROV. MARITIMES
 J. A. Murray,
 Sussex, N. B.

MANITOBA
 Bryce, & Co,
 179 ave. McDermott, Winnipeg

Dept. des Tissus Lavables

PRINTEMPS 1907

- Nos Suggestions : } Tous les Articles Courants et tout ce qui est Nouveau.
- 1907 }
Sera une Année de } Nos lignes entières de Tissus Lavables, Blancs, de
Tissus Lavables. } Couleur, Unis et de Fantaisie, pour le Printemps, et
l'Été de 1907, sont prêtes pour votre examen.
- Placez vos Ordres }
de Bonne Heure. } Les Créations Artistiques contenues là-dedans repré-
sentent les idées des meilleurs créateurs au monde.
C'est la chose la plus importante pour vous d'exa-
miner notre assortiment,

Avant de Placer vos Ordres pour le Printemps.

- Nos Lignes Rap- }
portent des Profits. } Un Assortiment Complet d'Echantillons est mainte-
nant montré par nos voyageurs.
- Assortiments }
Complets et plus } Nous vous prions de les examiner.
Forts que jamais. } "C'EST LA QUE LES TISSUS LAVABLES RÈGNENT
EN MAITRES."

GREENSHIELDS LIMITED

MONTREAL