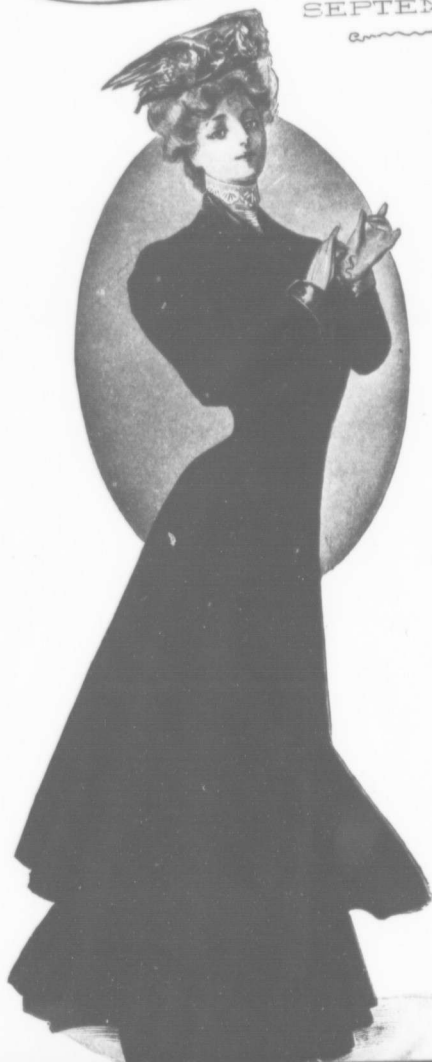




# TISSUS et NOUVEAUTÉS

TISSUES AND DRYGOODS

SEPTEMBRE 1905



COSTUME PAR-  
DESSUS LONG EN

*Drap*  
*Panneau*  
de  
*Priestley*

LE TISSU ÉLÉGANT  
POUR L'AUTOMNE

Costume  
Fait en  
Drap  
Panneau de  
Priestley.



**Greenshields Limited**

MONTREAL

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



**Les Confections pour Dames**  
de la **Marque "Invader"** contiennent  
les derniers styles de **Paris, Londres** et  
**New-York.**

Beaucoup de ces **styles** nous sont  
**réservés.**

Voyez les Echantillons de nos Voyageurs.

# Tissus et Nouveautés

(TISSUES & DRY GOODS)

REVUE MENSUELLE

Publié par La Compagnie de Publications Commerciales (The Trades Publishing Co'y), 25 rue Saint-Gabriel, Montréal, Téléphone Main 2547, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux Etats-Unis, \$1.00, strictement payable à l'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 arriérages et l'année en cours ne sont pas payés.

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

Vol. VI

MONTREAL, SEPTEMBRE 1905

No 9

## COMPTOIRS DE MARCHANDISES A 5 ET A 10 CENTS

M. A. H. Hardy, de MM. Greenshields Limited, Montréal, attire notre attention sur un article qui a été publié dernièrement dans un journal commercial de New-York et nous en donne les extraits suivants :

Chaque magasin à départements devrait disposer régulièrement un comptoir à 5 et à 10 cents et y placer les nombreux articles qui peuvent se vendre à ce prix. Les avantages d'un tel comptoir sont trop nombreux pour qu'on puisse les indiquer dans un espace restreint. Le nombre de ce genre de magasins déjà établis dans toute la campagne est une preuve qu'ils sont très-profitables et que les magasins à départements récolteraient une plus abondante moisson en établissant de tels comptoirs. Là où le magasin à départements aurait un avantage marqué sur les autres magasins, (magasins à 5 et à 10 cents) ce serait en disposant d'un grand nombre de coupons qui sont restés trop longtemps dans le stock régulier ou qui sont devenus légèrement endommagés ou détériorés dans d'autres départements. Naturellement ce ne serait pas une bonne politique de débiter avec l'idée de créer un comptoir de débarras. Loin de là, car avec une intelligence moyenne et de la discrétion on pourrait toujours éviter pareille éventualité. Presque tout le monde oublie continuellement les moindres besoins d'un ménage et les comptoirs à 5 et à 10 cents sont excellents pour rafraîchir la mémoire. Une des particularités surprenantes sous ce rapport est la démonstration bizarre que ces stocks peuvent produire.

Il n'y a pas de fin aux arguments qu'on peut invoquer en faveur d'un tel département ou comptoir. Le profit est correct, les ventes sont promptes et quand ils sont mis en opération dans les magasins déjà établis, ils attirent la clientèle dans les autres départements.

M. Hardy dit que les comptoirs à 5 et 10 cents ont déjà été adoptés par nombre de détailliers au Canada ; mais qu'un plus grand nombre n'y a pas encore songé. Il ajoute que, dans ce pays, le système pourrait être adopté avec profit non-seulement par des magasins à départements, mais également par les patrons de magasins en général et par les marchands de marchandises sèches qui font un bon montant d'affaires.

MM. Greenshields Limited ont donné une attention spéciale aux articles convenables pour vendre à 5 et 10 cents, et deux de leurs départements sont spécialement bien équipés pour cet objet, savoir : Les départements E et T. Les clients du département E qui désirent créer des comptoirs à 5 et 10 cents trouveront des valeurs extra spéciales dans les articles utiles pour le ménage et il en est de même dans le département T qui comprend quelques articles de marchandises utiles et quelques modestes articles de luxe.

Ils seront heureux d'envoyer une liste de toutes les lignes spéciales qu'ils ont à offrir pour les comptoirs à 5 et 10 cents à tout marchand qui le demandera.

## PARDESSUS CROISE, DOUBLE DE FOURRURE, REVERS EN POINTE. GARNI D'ASTRAKAN

Figure 538.

Ce pardessus a une longueur de cinquante pouces pour un homme de taille moyenne, 5 pieds 8 pouces, et tombe droit et ample à partir des épaules jusqu'en bas. Les épaules, comme le reste du pardessus sont amples et larges. L'encolure est d'une hauteur suffisante pour que le pardessus puisse être boutonné jusqu'au cou. La largeur du collet tout autour est de 6½ pouces. Les revers mesurent 5 pouces à l'échancrure et 10 pouces jusqu'au premier bouton. Les boutons, trois de chaque côté, sont placés à 8 pouces du bord. Les poches ont des pattes qui peuvent rester à l'extérieur ou être rentrées à l'intérieur. Les manches sont finies unies.

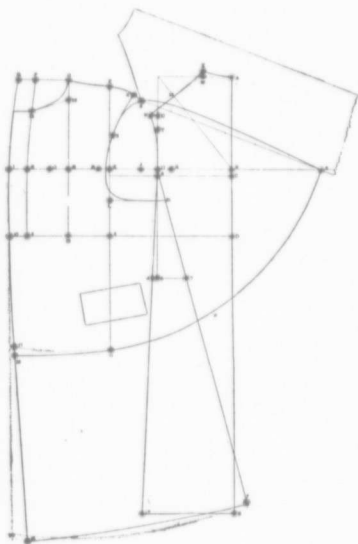


Pardessus croisé, Collet Châte, Doublé de Vison.

Figure 537.

L'étoffe représentée est du "beaver patent." Le pardessus a une longueur de 50 pouces pour homme de taille moyenne, 5 pieds 8 pouces, et tombe flottant à partir des épaules jusqu'en bas. La largeur du collet est de 6½ à 7 pouces. Les boutons sont placés à 7 pouces du bord. Les poches sont verticales et finies par un bourrelet. Les manches sont finies unies.

## Partie extérieure d'un pardessus de fourrure.



## Mesures:

Mesure à l'aisselle,  $9\frac{1}{2}$  pouces.  
 Longueur à la taille,  $17\frac{1}{2}$  pouces.  
 Longueur totale, 50 pouces.  
 Première mesure d'épaule,  $12\frac{3}{4}$  pouces.  
 Deuxième mesure d'épaule, 18 pouces.  
 Mesure d'omoplate avec "allowance," 13 pouces.  
 Poitrine, 38 pouces.  
 Ceinture, 34 pouces.

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

Tirez à angle droit les lignes AE, AU.

De A à B,  $10\frac{1}{2}$  pouces.

De B à C, 3-4 pouce.

De A à D,  $17\frac{1}{2}$  pouces.

De A à E, longueur totale, 50 pouces.

Aux points B, C, D et E, tirez les perpendiculaires à la ligne AE.

De B à H, 21 pouces.

De H à I,  $2\frac{1}{2}$  pouces.

W est à mi-distance entre B et H.

De W à K,  $3\frac{1}{2}$  pouces.

Au point K, abaissez la perpendiculaire à BK.

Appliquez la mesure d'omoplate augmentée de 1 pouce de B à K, 14 pouces et élevez la perpendiculaire à BK.

De K à M,  $1\frac{1}{4}$  pouce.

P est à mi-distance entre B et K.

De P à L,  $\frac{1}{2}$  pouce.

Au point L, élevez la perpendiculaire à BK.

La distance QR est  $\frac{1}{4}$  de la mesure de poitrine.

De R à S,  $\frac{1}{2}$  pouce.

De S à T,  $\frac{1}{4}$  pouce.

La distance AU est  $\frac{1}{2}$  de la mesure de poitrine, plus  $\frac{1}{4}$  pouce.

De U à V,  $\frac{1}{2}$  pouce.

Tirez une ligne de U à T.

Formez la partie supérieure du dos.

L est à mi-distance entre K et I.

La distance de 10 à 9 est  $\frac{1}{2}$  de la ceinture,  $9\frac{1}{2}$  pouces.

De 9 à 6, même distance que de I à L.

Tirez une ligne de 6 à O en passant par L.

Appliquez la première mesure d'épaule de A à V et de M à O,  $12\frac{1}{4}$  pouces plus  $1\frac{1}{4}$  pouce, 14 pouces.

Appliquez la deuxième mesure d'épaule de B à 25 et de M à N, 18 plus  $1\frac{1}{4}$  pouce,  $19\frac{1}{4}$  pouces.

Tirez une ligne de O à N.

Décrivez de N à 5 une courbe ayant M pour centre.

De O à 5, 1-4 pouce de moins que de V à T.

Formez l'épaule et le creux du bras.

De O, tirez une perpendiculaire à LO.

La distance de O à 12 est 1-6 de la mesure de poitrine.

Même distance de 12 à 13.

Tirez une ligne de N, passant par 13 pour l'encolure et formez celle-ci.

De 12 à 11,  $4\frac{1}{2}$  pouces.

De I à J,  $4\frac{1}{2}$  pouces.

De 9 à 8,  $4\frac{1}{2}$  pouces.

Formez le bord du devant par la ligne 11-J-8-27.

Le point 27 est à 2 pouces en arrière de la ligne droite.

Le point 4 est à l'intersection de la ligne de tour du bras et de la ligne de poitrine.

Au point 4, abaissez la perpendiculaire à BM.

De 4 à X, 12 pouces.

De X à Y,  $\frac{1}{2}$  pouce.

De X à Z,  $3\frac{1}{2}$  pouces.

Tirez des lignes de 4 à 15 en passant par X, et de 4 à 2 en passant par Z.

De 15 à 2, décrivez une courbe ayant 15 pour centre.

De 27 à 7,  $4\frac{1}{2}$  pouces.

De 2 à 7, courbe ayant O pour centre.

De 4 à W, 1 pouce.

De 15 à 1, 1 pouce.

Reformez le dos et finissez le bas du devant.

## Collet.

De O à 16,  $1\frac{1}{4}$  pouce.

Tirez une ligne de F à 17, passant par 16 pour le pli du revers.

La distance 16 à 17 est  $\frac{1}{2}$  pouce de plus que celle de A à V.

Tirez une ligne de 17 à O, et de O abaissez la perpendiculaire sur O-11.

De 17 à 20,  $6\frac{1}{2}$  pouces.

De 16 à 22, même distance.

Formez la partie extérieure de 20 jusqu'à F en passant par 22.

Pliez le revers sur la ligne du faux-pli et tracez le châle tel qu'indiqué de F à 23, et de 28 tracez l'ouverture jusqu'au faux-pli.

De 17 à 18,  $1\frac{1}{4}$  pouce.

De 16 à 19, même distance.

Formez le contour extérieur du collet de 18 à 28 en passant par 19.

Fendez le collet tel qu'indiqué de 19 à 22.

Ajoutez 2 pouces de 22 à 23, ainsi que 22 à 21.

Rapprochez les deux parties du collet et reformez-le.

## MANTEAU INVERNESS A EPAULES CARREES

L'étoffe de ce pardessus représenté par cette gravure est du Thibet noir. Le pardessus a une longueur de 48 pouces pour un homme de taille moyenne, 5 pieds 8 pouces. Les épaules ont une largeur naturelle et offrent une apparence carrée. Les coutures de côté sont droites et le dos tombe ample et flottant des épaules jusqu'en bas. L'encolure est d'une hauteur moyenne. Les devants se boutonnent jusqu'au

# BLOUSES et Costumes a Chemisette

LA MARQUE  
— QUI —



DEFIE LA  
COMPETITION

Notre ligne pour l'Automne est encombrée de valeurs peu communes — de valeurs sincères, qui font que leur vente vous est profitable.

Les prix sont basés sur le coût de la production. Une petite marge de profit sur un grand volume d'affaires nous permet de produire des valeurs réelles — qui attirent les affaires et qui les retiennent.

Vous devriez vraiment voir cette ligne et examiner les vêtements actuels, leurs styles et les étoffes dont ils sont faits et obtenir les prix. Nous savons qu'ils soutiendront la comparaison avec tout autre.

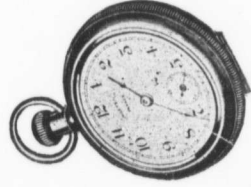
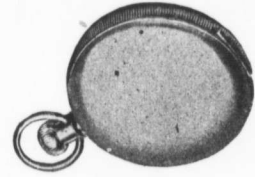
## NEW YORK SILK WAIST M'F'G CO.

40, RUE ST-ANTOINE, MONTREAL.

# A NOS ABONNES

## PRIME EXCEPTIONNELLE

Nous avons passé un contrat avec la maison bien connue Robt. H. Ingersoll & Bro. de New-York, manufacturiers des célèbres montres "Ingersoll," qui nous fournira 5,000 montres de son nouveau modèle "Yankee." Le boîtier de ce nouveau modèle est de forme parfaite, aussi parfaite que dans les boîtiers de prix; la vignette ci-contre en est la reproduction exacte. Il est parfaitement uni, sauf dans le pourtour qui est gravé.



Le nouveau cadran est en "Porcelate" qui imite si parfaitement la porcelaine qu'un expert seul peut en faire la différence. Les parties visibles du mouvement sont d'un fini absolument parfait et le boîtier est fini or avec effet satiné. Les mouvements sont du prototype "Ingersoll" et sont absolument garantis, comme l'indique la reproduction de garantie ci-contre.

Cette montre n'est pas donnée comme montre en or et nous voulons qu'il soit bien compris qu'elle n'est pas donnée comme telle; mais jusqu'à présent, c'en est l'imitation la plus parfaite; et s'il est pris de cette montre autant de soin qu'on en prend d'une montre dispendieuse, elle donnera tout autant de satisfaction. On ne peut obtenir nulle part au Canada, dans le détail, cette montre à moins de \$2.50 à \$3.00 la pièce.

## Comment obtenir cette Prime ?

Tout abonné actuel à "LIQUEURS ET TABACS" peut obtenir livraison, sans dépense d'aucune autre sorte, d'une de ces montres en nous payant ce qu'il peut nous devoir en arrière et deux années en avance.

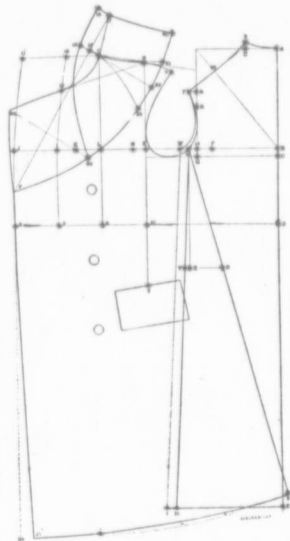
Tout nouvel abonné pourra obtenir une de ces montres sans frais d'aucune sorte en nous remettant simplement la somme de \$2.00 pour deux années d'abonnement.

Nos représentants vous visiteront, mais il peut se faire qu'ils soient quelque temps avant de vous voir. Si, en attendant, notre proposition vous intéresse et que vous voulez obtenir une de ces montres, faites remise comme ci-dessus et nous vous adresserons cette montre en approbation par la maille.



Figure 533.

con et les boutonnères traversent l'étoffe. Le collet prussien est couvert de velours et mesure 2 1/2 pouces tout autour. Les bords ont une simple plique tout près du bord, et les coutures sont unies. La pélerine est assez longue pour couvrir le bras étendu, et est très-ample. Le bord du devant est fini au moyen d'une ailette qui cache les boutons.



## Mesures.

Mesure à l'aisselle, 9 3/4 pouces.  
 Longueur à la taille, 17 1/2 pouces.  
 Longueur totale, 48 pouces.  
 Première mesure d'épaule, 13 pouces.  
 Deuxième mesure d'épaule, 18 pouces.  
 Mesure d'omoplate, 13 1/4 pouces.  
 Poitrine, 39 pouces.  
 Ceinture, 35 pouces.

Ajoutez 3 pouces aux mesures de poitrine et de ceinture, 3/4 pouce à la mesure d'aisselle et à la mesure d'omoplate et 1 pouce aux première et deuxième mesures d'épaule.

Menez à angle droit les lignes AU et AE.

De A à B, 10 1/2 pouces.

De B à C, 3/4 pouce.

De A à D, 17 1/2 pouces.

De A à E, 48 pouces.

Aux points B, C, D et E, menez les perpendiculaires à la ligne AE.

La distance BG est la moitié de la pleine mesure de poitrine, 21 pouces.

De G à H, 2 1/2 pouces.

J est à mi-distance entre B et G.

De J à K, 3 1/2 pouces.

Au point K, abaissez la perpendiculaire sur BK.

Appliquez la mesure d'omoplate de B à K, 14 pouces et étendez la perpendiculaire.

R est à mi-distance entre B et K.

De R à 17, 1 1/2 pouce.

Au point 17 menez la perpendiculaire à BK.

La distance ST est le 1/4 de la mesure de poitrine.

De T à U, 1 1/2 pouce.

De U à V, 5/8 pouce.

La distance AW est 1/8 de la mesure de poitrine, plus 3/8 pouce.

De W à X, 5/8 pouce.

De 17 à Z, 5, 12 pouces.

De 5 à 6, 1/2 pouce.

De 5 à 7, 3 1/4 pouces.

Du point 17, tirez une ligne jusqu'à 14 en passant par 6 et une ligne jusqu'à F en passant par 7.

Formez le dos, tel qu'indiqué.

M est à mi-distance entre H et K.

La distance de 8 à 9 est la moitié de la mesure de ceinture.

De 9 à 18, même distance que de H à M.

Du point 18, tirez une ligne jusqu'à O en passant par M.

De K à N, 1 1/4 pouce.

Appliquez la première mesure d'épaule de A à X et de N à O, 13 pouces plus 1 pouce, 14 pouces.

Appliquez la deuxième mesure d'épaule de B à 13 et de 13 à Y, 18 pouces plus 1 pouce, 19 pouces.

De Y à Z, décrivez une courbe ayant N pour centre.

De O à Z, il y a 1/4 pouce de moins que de X à V.

La distance KL est le 1/6 de la mesure de poitrine.

Au point L, menez à KL la perpendiculaire L-24.

Formez l'épaule et le tour du bras.

Au point O, menez la perpendiculaire à OM.

La distance OP est de 1/6 de la mesure de poitrine.

De P à Q, 2 pouces.

La distance P-19 est 1/6 de la mesure de poitrine.

La distance O-16 est 1/12 de la mesure de poitrine, plus 1/2 pouce.

Tirez une ligne de 16 à 19 pour l'encolure, et formez celle-ci.

De H à I, 2 pouces.

De 9 à 10, 2 pouces.

Formez le bord du devant de Q à 15 en passant par 1 et par 10.

Le point 15 est à 2 pouces en arrière du point 20.

Décrivez de 14 à F une courbe ayant 17 pour centre.

Décrivez de F à 15 une courbe ayant O pour centre.

Finissez tel que représenté.

## Pélerine.

Dessinez la partie arrière sur une feuille de papier séparée et découpez.

# Chapeaux et Calottes

Nos échantillons de chapeaux et calottes pour 1906 vous seront soumis très prochainement. Ils comprennent les plus hautes nouveautés et les meilleures valeurs en produits anglais, américains et canadiens. Nos lignes spéciales de chapeaux "HENRY CARTER & WILKINSON" surtout sont excessivement attrayantes et d'une légèreté surprenante.

Puis-je compter sur vos commandes futures? Elles recevront mon attention toute particulière. Attendez la visite de mon voyageur.

**J. ARTHUR PAQUET, QUEBEC**

SUCCESSALES: MONTREAL, OTTAWA, TORONTO, WINNIPEG.

**LES "ELLIS"**

**SOUS VÊTEMENTS DE PRINTEMPS**

**CÔTELÉS À L'AIGUILLE**

Rien n'équivaut à ces produits  
dans toute la ligne des Articles entricot

**IRRÉTRÉCISSABLES**

**REMARQUABLEMENT ELASTIQUES**

**THE ELLIS MANUFACTURING COMPANY LIMITED.**  
**HAMILTON, ONT.**

Small logos for 'The Ellis Manufacturing Company' are visible in the bottom corners of the advertisement.



Placez une feuille de papier sous le manteau et tracez l'épaule, l'encolure et le bord de devant.

Prolongez la ligne de poitrine de B à 4.

La distance K-11 est la pleine longueur de manche.

Dessinez la courbe 11-17-4, ayant O pour centre.

La distance Z-3 est le 1-4 de la mesure de poitrine.

De Z à 2, décrivez une courbe ayant le point 3 pour centre.

De Z à 2, 1 pouce.

Tirez une ligne de 2 à 4.

Placez le patron du dos, les pointes se touchant aux points 2 et 4, marquez la pèlerine qui doit s'ajuster sur le dos et découpez un V entre 2 et Z.

De 17 à 12, 1 pouce.

#### ALLEZ DE L'AVANT

Des chiffres d'affaires satisfaisants sont un excitant merveilleux qui pousse à faire de plus grands efforts. Ils allègent l'esprit, réjouissent le cœur, donnent de la vigueur et une nouvelle vie à l'être tout entier. Ils créent un enthousiasme contagieux. Ils aident le commerçant habile et enchanté de ses affaires à faire pénétrer dans l'esprit de ses vendeurs un peu de sa verve; ceux-ci à leur tour transmettent cette verve aux clients, qui ne peuvent manquer de remarquer les bonnes nouvelles indiquées par des figures réjouies; alors les ventes augmentent, et les chiffres satisfaisants et qui opèrent à la manière d'un tonique, de bons qu'ils étaient deviennent encore meilleurs, dit "Dry Goods Economist."

#### Ne vous fatiguez pas de bien faire.

Ne vous reposez pas sur vos rames, sous prétexte que le courant est avec vous. La prospérité est quelquefois la perte d'un homme. Elle est toujours dangereuse, conduit souvent à une sécurité imaginaire et à un délai des signaux de danger. Puis vient l'orgueil avec la chute inévitable.

Allez de l'avant et regardez où vous allez.

#### Autre tableau

Peut-être ce sentiment de confort produit par le succès fait-il défaut. Les chiffres peuvent indiquer des résultats médiocres. Supposons qu'ils indiquent un mouvement rétrograde. Raison de plus pour être anxieux, parce que c'est le moment ou jamais de faire des affaires cette saison, et une comparaison des chiffres indiquera la direction que prennent les affaires et la vitesse avec laquelle elles s'y engagent.

#### Les Ennemis des Affaires.

Ne permettez pas qu'une trop grande anxiété amène une dépression morale ou une attaque de nervosité fébrile. Un homme qui broie du noir est si apathique qu'il ressemble plutôt à un automate qu'à un homme d'affaires moderne; ou bien il est d'une irritabilité si fiévreuse et si nerveuse qu'il répand la consternation et la confusion autour de lui. Voilà quels sont les pires ennemis des affaires; plus tôt on les chasse, mieux on s'en trouve.

Allez faire une promenade, M. le Marchand, quand vous avez l'esprit morose ou que vous vous sentez nerveux et ne revenez à votre magasin que lorsque vous avez repris le dessus et que vous avez un visage souriant. Vous verrez que votre santé s'en trouvera bien, que vous serez heureux, et que vos affaires n'en iront que mieux.

#### Les annonces sont-elles lues ?

Un écrivain d'annonces bien connu faisait cette remarque: "On achète les journaux pour les nouvelles qu'ils donnent et non pour les annonces qu'ils contiennent;" et il ajoutait: "Les annonces n'attirent qu'un regard en passant."

La première remarque est absolument exacte; quant à la seconde, nous sommes d'une opinion diamétralement oppo-

sée. Si les annonces dans les journaux ne servaient tout au plus qu'à attirer le regard du lecteur en passant, il vaudrait mieux abandonner immédiatement ce système si peu efficace pour attirer les affaires; car certainement les annonces ne rapporteraient même pas l'argent qu'elles coûtent, et toute idée de publicité profitable serait alors hors de question. Si cet homme disait vrai, les annonceurs donneraient simplement aux agents de publicité leur argent bien gagné pour venir en aide à ceux-ci.

#### Qu'en pensez-vous ?

La plus simple observation convaincra n'importe qui que les annonces au sujet d'articles de nouveautés ont un meilleur sort; non-seulement on les lit et on les étudie avec soin, mais encore on en parle, on les commente et elles manquent rarement de faire une bonne impression.

Le marchand de nouveautés s'adresse aux femmes. Les femmes n'achètent pas les articles de nouveautés de la même manière qu'elles achètent de l'épicerie ou toute autre marchandise. Elles apportent le plus grand soin et la plus grande considération dans leurs achats d'articles de nouveautés, et les annonces journalières des différents magasins forment leur manuel.

Ce que les articles de politique sont pour l'homme en général, les remarques sur la mode le sont pour ses soeurs, ses cousines et ses tantes.

La lecture par une femme des annonces concernant les nouveautés ne ressemble pas à un coup d'oeil furtif. Longtemps après qu'elle les a lues, elle peut dire quel est le magasin qui offre les choses les plus intéressantes à son propre point de vue, et quel est celui qu'elle considère comme offrant le plus de satisfaction pour les achats.

#### Les annonces sont lues par d'autres.

L'homme ou la femme intéressés à l'achat d'un article ou qui ont l'intention d'en acheter un, s'intéressent aussi — du moins, pour le moment — à toute annonce concernant cet article et, à moins qu'ils ne soient trop occupés par d'autres choses, ils liront cette annonce pour trouver tous les renseignements possibles à ce sujet.

Comme ce sont les parties intéressées — les clients en perspective — que les annonceurs cherchent à atteindre, il semble qu'au lieu d'être une perte de temps, de talent et d'argent, l'annonce dans les journaux, faite convenablement, et mise en bonne place, remplit d'une manière satisfaisante le but qui lui est assigné.

#### Le magasin doit avoir un aspect engageant.

Le magasin peut être très bien équipé et posséder un arrangement et des commodités modernes; cela ne vaudra qu'autant qu'une bonne tenue accompagne ces avantages et est l'objet de soins constants.

L'élégance d'une belle architecture et des accessoires modernes ne compenseront pas un travail négligé et des méthodes qui dénotent le manque de soin; au contraire, la beauté des premiers ne servira qu'à faire ressortir la médiocrité des seconds.

D'un autre côté, un magasin qui n'est pas aussi bien équipé au point de vue du style et de l'arrangement pourra être rendu très-attractif et agréable à l'oeil par un peu plus d'attention apportée à la manière de tenir et de disposer le stock et de faire des étalages à effet.

#### Changez souvent le dispositif.

L'arrangement des marchandises doit être changé souvent non-seulement pour conserver la fraîcheur, la propreté et une apparence bien ordonnée des marchandises, mais aussi pour varier d'une manière agréable l'aspect de tout le magasin.



# “QUEEN’S GATE”

Une Bonneterie d'une TEINTE INDÉLÉBILE  
est le premier degré d'un Département de  
Bonneterie Prospère. :: :: :: ::

**KYLE, CHEESBROUGH & CO.**  
MONTREAL.

**Bas** POUR FEMMES ET ENFANTS **Chaussettes**  
ET POUR HOMMES . .

**Tuques, Ceintures, etc.**

Tous ces articles sont fabriqués dans notre propre  
manufacture à Montréal, :: :: :: ::

Avec la meilleure laine filée en Angleterre. :: ::



**COMME PRIX ET QUALITE**

**NOUS DEFIONS LA CONCURRENCE**



**A. O. MORIN & CIE**

337 RUE ST PAUL, - MONTREAL.

En renouvelant l'arrangement du stock, essayez de le faire aussi différent que possible de ce qu'il était en dernier lieu. Cela peut exiger de la réflexion et beaucoup d'imagination; mais vous êtes sûr d'attirer l'attention, ce qui doit être le but à atteindre.

Il ne suffit pas d'enlever un lot de marchandises et de le remplacer par un autre disposé de la même manière ou d'une manière similaire. Cela n'est que du travail mécanique tout-à-fait au-dessous de la dignité de celui qui aspire à devenir un décorateur. Celui-ci devrait rechercher le côté artistique et abandonner le travail mécanique à d'autres d'une ambition moins élevée.

Les étalages ont pour but d'améliorer la vente des marchandises. Plus un étalage est original et varié, puis il attire l'attention. S'il suffisait de produire toujours le même ancien arrangement, on pourrait faire un dispositif sur carton pour imiter différents genres d'articles. On pourrait alors le nettoyer et l'épousseter chaque semaine; on éviterait ainsi beaucoup d'efforts d'imagination et beaucoup de travail.

Quel fléau que l'homme qui sait tout. C'est un des ennuis les plus insupportables que l'on puisse rencontrer; on le trouve quelquefois derrière le comptoir d'un magasin de nouveautés, ergolant avec les clients et les contredisant à chaque instant.

Il est vrai aussi que certains clients ont la même tournure d'esprit et étaient leur ignorance en insistant sur le fait que les choses ne sont pas telles qu'elles sont.

Si le commis qui sait tout instruit ces personnes-là, il peut accomplir très-bien son devoir; mais il ne peut pas être considéré comme un vendeur de talent.

Nous avons annoncé dans un de nos derniers numéros, que MM. Barrette & Cie. avaient été nommés agents de la Dominion Suspender Co. et de la Niagara Neckwear Co. pour la Province de Québec; leur agence ne comprend pas la ville de Québec, où ces deux maisons sont représentées par Mr. L. A. Bergevin, 39 rue St-Jean, Québec.

#### Le "Delineator" pour Octobre

Au point de vue artistique aussi bien qu'au point de vue de la mode le numéro d'Octobre du "Delineator" surpasse même le type élevé qu'il avait atteint auparavant. De nombreuses pages sont consacrées aux modes du mois, vingt pages en couleur formant une remarquable innovation, un espace additionnel étant réservé aux modes de New-York et de Paris, présentées avec chic et individualité par Hélen Berkeley-Lloyd et Edouard LaFontaine; la partie littéraire, les matières concernant l'intérieur de la maison et les sujets spéciaux sont d'une excellence inusitée.

Un article exceptionnel intitulé "Education for Life through Living," par William H. Maxwell, surintendant des Ecoles de la ville de New-York, est d'un grand intérêt pour les parents, les professeurs, et tous ceux qui s'occupent de loin ou de près de la question d'éducation; M. Hudson Moore écrit d'une manière intéressante au sujet d'anciens bureaux et secrétaires, donnant les signes distinctifs qui permettent à l'amateur de les classer correctement; Allan Sutherland raconte l'histoire, intitulée "Onward Christian Soldiers," hymne produit par l'inspiration d'un jeune; Clifton Johnson promène le lecteur à travers la côte sauvage du Devon qui est le pays de Lorna Doone. Le commerce du lait est une question d'un intérêt vital pour le public en ce qu'il concerne la santé, et conséquemment la vie de l'enfant. Dans ce numéro, du "Delineator," Mary Hinman Abel discute la question du lait à divers points de vue. Un autre article intitulé "Club Women and the Food Question," donne des indications sur la manière dont s'est répandue la campagne menée dans l'intérêt des aliments purs. L'histoire "The Lucky Piece," de M. Paine, et le troisième feuillet de Miss Winslow, "At Spinnaker Farm," fournissent des lectures intéressantes d'un caractère moins sérieux; on trouve aussi dans ce numéro plusieurs histoires courtes. La partie des passe-temps, consacrée aux enfants, comprend un autre chapitre de "Son Riley Rabbit", qui a fait la joie d'un si grand nombre d'enfants, des suggestions pour les amusements de la veille de la Toussaint et autres sujets intéressants de la jeunesse.

#### Greenshields Limited.

Toutes les expéditions d'étoffes à robes pour l'automne arrivent toujours rapidement et les livraisons de cette maison soutiennent sa haute réputation sous ce rapport. Les

marchandises de Priestley dans toutes leurs variétés merveilleuses sont livrées promptement et on n'entend pas parler de retour de marchandises. En présence de la rareté de nombreux tissus désirables, les détailleurs se félicitent partout d'avoir placé leurs ordres d'avance chez Greenshields Limited. Les vêtements, broadcloths et henrietta soutiennent la réputation qui a été faite de bonne heure au sujet de leur popularité. Les prix sur toutes les lignes sont très fermes, et cette maison conseille de donner des ordres très fermes, et cette maison conseille de donner des ordres de bonne heure afin d'être sûrs d'une livraison prompte et pour éviter des prix plus élevés. Différentes nuances en rouge, vert et brun, sont les leaders dans les différents tissus unis. On peut faire des choix avantageux à stock ouvert pendant ce mois. Les acheteurs d'étoffes à robes et de soieries de cette maison sont maintenant sur les marchés étrangers pour le printemps et ils font rapport de quelques collections de choix.

Sous la direction efficace de Mr. Symington, le département des confections pour dames et enfants aide à augmenter les affaires. L'étage supérieur où est situé ce département est généralement encombré d'acheteurs attirés par les styles exceptionnels à des prix attractifs. Les lignes du printemps seront bientôt complètes et elles contiennent de nombreux effets exclusifs. Les vêtements blancs pour dames s'attirent de nombreux amis et les ventes en ont été exceptionnellement fortes. Les blouses et costumes à chemisettes pour dames dans toute étoffe désirable contiennent tous les tissus d'un effet élégant et de nombreux styles exclusifs. Les acheteurs devraient voir les blouses de sole japonaise de cette maison en dessins spécialement choisis par les représentants à New-York, et les marchandises faites en Angleterre d'après leurs spécifications. Les prix sont surprenants et les marchandises correctes dans tous leurs détails. La Maison Greenshields fait une spécialité de manteaux de prix et son assortiment du printemps comprend toutes les dernières idées en vêtements élégants. Les jupes de robes, les pardessus et les jupes de dessous sont offerts en de nombreux numéros attractifs. Les coiffures d'enfants et les manteaux de fantaisie en toile et en piqué méritent d'être représentés dans tous les stocks. On peut se fier, sous tous les rapports, aux vêtements confectionnés, marque "Shield."

Dans le département des tapis et des fournitures de maison, MM. Greenshields Limited viennent de mettre en stock quelques dessins entièrement nouveaux d'Axminster, de carrés de velours et de tapestry. Avec un stock complet de toutes les lignes de tapis, linoléums, prélatins, rideaux, mouselines d'art, cretonnes, etc., ils sont bien préparés pour attendre un commerce d'automne actif. Dans le département B, les stocks ouverts pour l'automne abondent avec plusieurs numéros de choix en fait de bonneterie et sous-vêtements pour dames, mouchoirs, gants, voiles, dentelles, broderies, rubans, et un vaste assortiment de nouveautés tricotées. Les prix des articles en laine avancent constamment et ces messieurs sollicitent des ordres donnés de bonne heure pour la protection de leurs clients. Les livraisons se font rapidement. On peut obtenir dans ce département un assortiment complet de marchandises destinées à être détaillées de 5 à 10c. A l'étage au-dessous, dans le département d'articles de tablettes, est une variété infinie de ligaments à détailler à ces prix avec un bon profit. Les détailliers désireux d'obtenir des plus amples informations au sujet de l'établissement à un tel comptoir, peuvent les avoir en écrivant à cette maison et en mentionnant "TISSUS & NOUVEAUTES." Une liste complète des articles de cette nature sera envoyée sur demande.

Le département des cotonnades dans le sous-sol conserve toujours sa réputation comme leader dans cette maison; malgré les fortes avances récentes sur toutes les lignes de cotonnades, où la matière première entre pour une grande part, cette maison vend de nombreuses lignes aux anciens prix. Aussi tôt que son approvisionnement actuel sera épuisé, des prix plus élevés seront demandés, et il faut donc songer à prévoir les demandes autant que possible. L'assortiment ordinaire de toiles pour draps, cotonnades, denim, coutils, etc., est en bon approvisionnement.

L'étage principal est rempli d'un stock ouvert, peut-être le plus grand dans le commerce de fanelleries, shirtings, wrapperettes de fantaisie, etc. Ce département est la merveille du commerce, et l'immense mouvement de marchandises permet à la maison d'avoir en mains de vastes lots de marchandises quelconques à des prix attractifs. Les livraisons d'automne se font rapidement et complètement, et ces acheteurs sur le marché sont assurés d'un assortiment vaste et varié.



Pour la Durée, le Confort et  
l'Ajustage Facile, la grande  
chemise H. B. K. ne peut pas  
être battue.

Il y a deux ans, nous avons commencé à faire une grande chemise pour les ouvriers. La demande est venue tout le long du chemin à partir de la ville de Dawson, et maintenant nous en vendons d'un "océan à l'autre"; la demande croissante prouve que les fortes qualités de cette chemise la rendent tout le temps plus populaire.

**Coutures Bonnes et Fortes,**  
**Boutons Cousus à la Main,**  
**Grande et Spacieuse dans**  
**tous les Sens.**

**Hudson Bay Knitting Co.**

**Montréal.**

**Winnipeg.**

**Dawson.**

## LE SUCCES DANS LE COMMERCE

Pour réussir dans ses affaires, un marchand doit être imbu d'un tel enthousiasme pour sa profession qu'il ait la ferme conviction que les articles qu'il vend ont le droit d'être vendus à un bon prix. Son enthousiasme n'a pas sa pleine mesure, s'il ne s'étend pas à l'appréciation des qualités de tout ce qui se trouve dans son stock. Un homme, dit "The Iron Age", peut s'enorgueillir de l'apparence de son magasin, du système qu'il emploie pour tenir ses livres, des méthodes dont il se sert pour attirer l'attention du public, et des bonnes affaires qu'il conclut avec ceux qui lui vendent des marchandises; mais il lui manquera quelque chose d'essentiel, s'il n'a pas assez de foi dans la valeur des marchandises qu'il vend pour insister sur des prix qui lui donneront un profit équitable, à moins bien entendu qu'il n'ait l'idée de vendre certains articles comme leaders.

Nous avons connu des cas où des marchands, dans d'excellentes conditions pour bien mener leurs affaires, doués en apparence de toutes les qualités nécessaires au succès, faisaient de faibles ventes. Cela provenait peut-être de ce que ces marchands estimaient à plus qu'à sa valeur la force concurrentielle possédée par d'autres marchands, ou qu'ils avaient une prédisposition naturelle au pessimisme.

L'homme qui regarde constamment le côté sombre des choses se figure que, pour maintenir sa place dans le commerce, il doit offrir des privilèges à ceux qui lui font des achats et craint de demander un prix qui soit raisonnable pour lui-même. Le marchand ainsi prédisposé tombe invariablement dans le malheur. Au cours de sa carrière, il est une gêne continuelle pour les autres marchands qui sont dans la même branche du commerce.

Ils peuvent être tous désireux de maintenir leurs prix et d'obtenir des profits équitables pour leur capital placé en marchandises et une compensation convenable pour leurs peines; mais ils se trouvent incapables de le faire à cause de cette concurrence.

Dans le cas d'un homme comme celui-ci, cette concurrence peut ne pas signifier qu'il cherche à élargir son commerce aux dépens des autres, mais peut vouloir dire simplement qu'il n'a pas assez de confiance dans la qualité des marchandises qu'il vend pour chercher à obtenir d'elles ce qu'elles valent réellement.

Il est malheureux pour lui-même aussi bien pour la communauté qu'il manque de cette confiance en son affaire qui lui donne l'impression que les marchandises qu'il vend sont trop bonnes pour être sacrifiées.

## L'INDIFFERENCE DES COMMIS DE MAGASINS

Le manque de vigilance ou l'indifférence des patrons est responsable jusqu'à un certain point du fait que beaucoup de commis et autres employés de magasins, en contact direct avec la clientèle, font souvent du tort aux affaires.

Bien que les commis de magasins, dit "Tobacco", soient pour la plupart obligés, s'efforcent de plaire aux clients et prennent consciencieusement l'intérêt de leurs patrons, il y en a beaucoup d'autres qui sont cause pour leur maison d'une perte qui représente une somme plus élevée que leurs salaires.

Le commis dont l'esprit est plus occupé de la partie de base-ball, du champ de courses ou de la partie de plaisir à faire le dimanche suivant, que des clients qu'il sert, agit forcément avec indifférence, ce qui est excessivement désagréable à certaines personnes. A notre époque de concurrence à outrance, il est très facile au client mécontent du moindre signe d'indifférence que lui témoigne un employé, d'accorder sa clientèle à un concurrent dont le magasin n'est pas éloigné de celui qu'il quitte.

## LA MISE EN MARCHÉ

Il faut des quantités de charbon, avant d'avoir assez de vapeur pour mettre en marche une machine; mais lorsque la vapeur est sous pression et la machine en marche, une pelletée de charbon de temps en temps entretiendra le fonctionnement de la machine à une bonne vitesse.

La même chose s'applique à la publicité. Quand un commerçant débute dans les affaires, il part du repos. Il faut qu'il fasse une vaste publicité avant que son établissement soit connu et qu'il puisse y attirer le public.

Quand le public sait qu'il existe, qu'il cherche à avoir sa clientèle, qu'il fait un bon travail, qu'il est honnête et carré en affaires, et qu'il mérite réellement sa confiance; le commerçant peut diminuer sa publicité. Mais il ne peut pas l'abandonner complètement.

## DE LA MANIERE DE FORMER UN EMPLOYÉ

Quelques succès remarquables ont été obtenus dans le monde industriel par ce qu'on appelle "l'organisation d'un seul." Mais je crois avec Andrew Carnegie, écrit Richard W. Sears, le commerçant de Chicago, dans "System", que dans la plupart des cas ce sont les hommes que vous choisissez comme subordonnés qui font votre succès. Choisissez vos employés avec beaucoup de soin et en temps convenable, puis rendez-leur la main et laissez les agir dans des limites bien définies. Cette attitude envers les employés est, à mon avis la base du succès d'un grand nombre de grosses maisons d'affaires. Un grand nombre d'hommes dont les capacités valent un salaire de cent dollars, demeurent des subordonnés à quinze dollars, parce qu'on ne leur a pas donné une certaine latitude et qu'on ne leur a pas permis de développer leurs facultés. L'homme qui est à la tête d'une maison de commerce peut avoir dans un coin de son bureau un employé qui montrerait sa supériorité réelle si on lui permettait seulement d'en faire preuve, si on lui donnait carte blanche pour faire preuve d'initiative.

Il est bien préférable de choisir un employé jeune, de le faire débiter à un salaire de dix dollars par semaine, de faire son éducation et développer ses facultés que de transplanter un homme d'une affaire dans une autre et de lui donner une position qui le mette à la tête des chefs des anciens employés. Laissez vos employés se développer avec vous. Une fois que vous avez choisi un employé, donnez lui une occasion de se faire valoir et soumettez-le à une épreuve complète; rendez-vous compte de ce qu'il peut faire et dans quelle limite il peut le faire. C'est de cette manière seulement qu'on peut déterminer si un employé convient ou non. Donnez à cet employé une grande latitude et la faculté de résoudre par lui-même quelques petites difficultés; observez les résultats pendant une assez longue période de temps.

L'homme n'apprend que par les erreurs qu'il commet. Un patron devrait s'attendre à ce que ses employés aient de l'initiative et fassent des erreurs, et il devrait encourager cette initiative; il n'y a que de cette manière que des employés peuvent acquérir de l'expérience. Cette méthode de faire-à-vis des employés peut être dispendieuse au début; mais c'est la seule école convenable pour arriver à une situation. Aucun homme ne peut apprendre à devenir un tireur émérite sans qu'il ne dépense, en pure perte, des munitions. Le patron devrait supporter les frais des essais faits par un homme nouveau dans les affaires pour montrer ses capacités; cela le paiera à la longue. Si les erreurs continuent et que des résultats positifs ne soient pas obtenus, l'employé doit se retirer. Mais d'un autre côté, si après un essai de cette espèce, un employé donne de bons résultats, il aura sa position assurée. Le point principal est de permettre aux facultés latentes chez tout homme de se développer.

## DEPARTEMENT C

**Printemps 1906**  
**Etoffes à Robes**

**Printemps 1906**  
**Tweeds** POUR **Hommes**

Le Gérant de ce Département est de retour d'Europe où il a pu faire le plus beau choix des . . . . .

## DERNIÈRES NOUVEAUTÉS.

Sa présence sur les marchés producteurs **AVANT LA HAUSSE** lui a permis d'acheter avantageusement et **NOS CLIENTS EN PROFITERONT**. Dans quelques jours nous aurons à leur offrir **DES BONS JOBS**.

\* \* \*

## LES ETOFFES A ROBES

pour la saison prochaine seront principalement les **Lustrés, Mohairs, Siciliennes, Vénitiennes** et **Roxanas**, en noir et en couleur. Les nuances claires seront les plus en vogue.

\* \* \*

N'achetez pas vos **TWEEDS** avant d'avoir vu nos échantillons qui seront prêts dans quelques jours. Nous sommes en mesure de vous en montrer un grand choix à de très bonnes conditions.

\* \* \*

Nos lignes de **SERGES "ANCHOR WARP"** sont des qualités manufacturées exclusivement pour nous. Toutes ces lignes seront sur la route dans quelques jours.

**A. RACINE & CIE,**

340 & 342 rue St-Paul, Montréal

Bureaux a { QUEBEC: 70 Rue St-Joseph.  
 OTTAWA: III, Rue Sparks.

## L'INDUSTRIE DU VÊTEMENT AU CANADA.

La machine à coudre, les ciseaux et la machine à tricoter sont cause que des marchandises pour la valeur d'au moins \$37,000,000 sont placées chaque année sur le marché Canadien.

Ces trois agents sont les pivots d'au moins dix industries ayant des relations entre elles et qui fabriquent les effets d'habillements portés par les Canadiens. Dans ces industries, ne sont pas comprises les filatures de laine, les manufactures de tapis et les filatures de coton; mais simplement celles qui emploient les marchandises tissées comme matière première. La principale exception est l'industrie des articles tricotés, qui a formé d'abord un point capital dans le commerce des lainages, mais qui plus tard a été considéré comme faisant partie de l'industrie des vêtements confectionnés.

Les produits des industries qui se rattachent au groupe des industries du vêtement peuvent être divisés en costumes complets pour hommes et garçons, robes, vêtements et manteau de femmes, corsets, sous-vêtements, lingerie, bonneterie, cols, mouchoirs, cravates et articles pour hommes en général, boutons et fil, gants et mitaines, chapeaux, casquettes et fourrures. On voit par là que les Canadiens ont appris à faire chez eux tous les effets d'habillement dont a besoin une communauté civilisée; et ce groupe d'industries qui se tient, avec un capital investi qui n'est pas inférieur à \$29,000,000, n'est que le pendant industriel modernisé de l'ère primitive où les effets d'habillement portés par les Canadiens étaient si grossiers qu'une ménagère pouvait en confectionner la plupart, à l'aide d'une machine à coudre primitive, dans les quelques heures qu'elle pouvait épargner chaque semaine sur son travail.

L'auteur de cet article se rappelle bien le premier pantalon qu'il se fit faire sur mesure. C'est un fermier qui le fit dans les journées de mauvais temps. L'étoffe en était atroce, et la coupe était encore pire; mais elle était encore moins mauvaise que celle qu'aurait pu lui donner l'auteur s'il avait confectionné lui-même un pantalon, et peut-être aussi bonne que s'il avait été fait par une femme du voisinage.

A cette époque, alors que les rats musqués abondaient dans les marais, les femmes faisaient avec leurs peaux des casquettes pour les garçons; les jupes d'indienne, les overalls et les blouses en coutil brun, les bas et les mitaines, les cols de toile, tout cela était fait à la main, d'une forme antique, mais donnant l'idée, dans cette forme primitive, du développement que devait prendre vers la fin du dix-neuvième siècle une des principales industries du Canada.

Le recensement des industries du vêtement au Canada pour l'année 1901, donne des chiffres suggestifs et intéressants.

	Nombre d'établissements.	Capital.	Ouvriers.	Salaires.	Valeur de la production.
Tailleurs et Confections	793	\$9,263,943	20,383	\$4,467,806	\$17,755,730
Articles pour Hommes....	52	2,821,302	4,976	1,071,146	4,623,652
Fourreurs et Chapeliers...	115	4,136,236	5,273	881,960	5,876,467
Gants et Mitaines....	22	778,003	374	209,608	1,024,245
Bonneterie....	52	3,723,197	5,687	889,882	3,857,519
Couturières et Modistes....	360	3,543,599	8,007	1,670,479	6,659,207
Fabriques de Corsets.....	21	410,501	646	147,445	592,341
Fabriques de Boutons.....	5	258,137	319	63,582	150,900
Vêtements Imperméables	6	639,990	270	82,970	560,693
Total.....	1,426	\$25,594,908	43,135	\$9,483,978	\$41,079,834

On remarquera que les vêtements faits sur mesure et ceux confectionnés représentent un capital de \$9,263,943, une pro-

duction annuelle de \$17,755,730 et un paiement de salaires de \$4,467,806. Environ 60 pour cent du capital investi et 51 pour cent de la production appartiennent aux tailleurs de pratique. Selon toutes probabilités, si un recensement était fait à présent, les proportions seraient plus que renversées, car l'évolution du costume confectionné dans les manufactures a été fortement marquée depuis 1901. Depuis l'origine, la confection en gros des costumes pour hommes au Canada a pris un développement énorme.

Le costume tout fait est devenu un item remarquable dans l'économie de l'Amérique au moment de la guerre civile et depuis cette époque. L'industrie a reçu sa première grande impulsion pendant la guerre, par la confection des uniformes. Après la guerre, alors que des milliers de soldats furent rendus à la vie civile, il fallut produire des vêtements en grande quantité. La qualité n'était pas d'une grande importance; la coupe n'en avait aucune. La mode de ces vêtements se répandit au Canada, en même temps que les étoffes qui servaient à leur confection. Les magasins de la campagne firent de grands approvisionnements de vêtements confectionnés, dont une bonne partie provenant des manufactures des États-Unis. A la campagne les tailleurs étaient peu nombreux et très-déséminés. Les routes étaient mauvaises, l'argent rare, les goûts très-simples; il n'était pas question de mode. Tout cela contribua à donner un grand essor à l'industrie des vêtements de confection au Canada.

La mode ne tarda pas à se glisser dans les confections, quand le jeune homme, fier de la supériorité qui lui donnait son costume fait par un tailleur de la ville, commença à avoir des regrets en voyant un voisin vêtu d'un costume acheté tout fait, qui lui avait coûté un peu moins de la moitié de ce que lui-même avait payé au tailleur, et qui lui allait tout aussi bien, si ce n'est mieux. Les fabricants de vêtements commencèrent à étudier les différents styles et les goûts industriels. Ils employèrent des draps meilleurs et moins dispendieux. Les garnitures témoignèrent d'un goût plus artistique et la main-d'œuvre, pas toujours la meilleure, est vrai, devint moins chère. Aujourd'hui le Canadien le plus difficile peut entrer dans un établissement de vêtements de confection et peut s'équiper à son entière satisfaction d'un costume et d'un manteau. Il peut aussi faire la même chose dans un grand magasin de détail ou un magasin à départements.

Les méthodes de vente introduites dans la manufacture sont entrées aussi dans le magasin, où l'on prend les mesures d'un client pour un costume de confection. Quant au style, c'est New-York qui donne le ton. Quant à l'ajustage et au bon travail, le client se contente généralement de courir sa chance, satisfait qu'il est de payer trente à cinquante pour cent de moins que s'il faisait faire ce même vêtement par un tailleur. Pour la qualité de ces marchandises, il n'a que peu d'avantage, car les vêtements de confection sont faits maintenant des meilleurs tissus produits dans les fabriques du pays et parfois sont faits d'étoffes importées. Beaucoup de costumes sont faits partie par des tailleurs de pratique, partie dans les manufactures.

Comme conséquence, 80 à 90 pour cent des vêtements d'hommes au Canada sont faits maintenant dans les manufactures. Les étoffes dont ces vêtements sont faits comprennent les ducks bruns, les coutils bleus et toutes les étoffes grossières. L'industrie a pris de telles proportions qu'en 1906 les importations de New-York en vêtements tout faits ne s'élevaient qu'à \$10,000.

Montréal qui est le grand centre des vêtements fabriqués dans les manufactures, possède 61 maisons de ventes en gros de vêtements d'hommes; Toronto en a 15 et Hamilton 2. Quelques-unes de ces maisons ont des succursales dans toutes les Provinces et dans presque toutes les villes du Canada. Les vêtements importés d'Angleterre, en 1904, consistaient principalement en un très petit nombre de lignes de fabrica-



# LOUIS A. CODÈRE

Edifice Métropole

SHERBROOKE, P. Q.

LE PLUS VASTE, LE PLUS COMPLET

Etablissement de Fourrures

ENTRE

MONTREAL ET QUEBEC.

Coupe Irréprochable,

Elégance Incontestable,

Fourrures de Choix,

Prix Exceptionnels.

*Attendez nos Voyageurs. Ils partent Pour vous visiter.*

*§ § § Si non, écrivez-nous de suite. § § §*





tion supérieure et comprenaient surtout des smokings, des robes de chambre et des costumes marins pour garçons. Pour les vêtements imperméables, les fabricants canadiens achètent maintenant à l'étranger des cravettes et en font des vêtements au Canada. La demande, dans toutes les lignes, est maintenant pour des vêtements d'une meilleure confection. Une fois résolu à porter les vêtements de confection, le client s'est tellement habitué au style et au fini de ces vêtements, qu'il ne se sent plus à l'aise avec le costume à \$5 qui le satisfaisait il y a quelques années.

Dans les outils, les overalls et tous les produits en coton, le Canada occupe une place importante. Il y a toujours eu une forte demande pour ces marchandises dans ce pays. Sans le couteil brun, le couteil bleu et tous les tissus qui s'y rattachent, le Canada n'aurait jamais occupé la place qu'il a maintenant dans le commerce. Le couteil brun a été porté par les défricheurs, par ceux qui ont bâti les granges et les magasins. Les couteils bleus ont été portés par les hommes qui ont construit les chemins de fer et ceux qui ont ouvert les mines. Autrefois, les overalls et les blouses de fermiers étaient faits par la femme du fermier; mais les vêtements en couteil faits à la main ont cessé de l'être. Les pardessus et manteaux pour dames figurent pour un chiffre moins fort, mais sont devenus une industrie importante. La plupart des marchandises de cette espèce sont importées; mais dans les draps "covert et whipcord," les tissus fabriqués au Canada occupent la première place. Un handicap existe ici, dû au fait que le fabricant de vêtements canadiens n'a pas pu se spécialiser assez pour satisfaire à la demande qui exige de la variété dans la texture et dans le patron.

Les vêtements de lingerie occupent une large place dans le commerce de l'habillement, avec la blouse, la chemisette et le costume confectionné pour femmes. Les machines perfectionnées à grande vitesse ont abaissé le prix de la fabrication qui a toujours été relativement bon marché, grâce à l'abondance de la main-d'œuvre féminine. En 5 ans, l'industrie de la lingerie s'est doublée et on estime qu'elle est aujourd'hui 6 fois ce qu'elle était il y a dix ans.

Dans les vêtements de femmes, en général, le progrès des vêtements confectionnés a été semblable à celui des vêtements d'hommes; mais il a été quelque peu moins rapide à dépasser la production des couturières. Le recensement pour 1901, donne les résultats suivants en ce qui concerne les vêtements produits par les couturières: Capital, \$2,492,118.00; valeur de la production, \$4,368,580.00; pour les vêtements produits par les manufacturiers, capital, \$1,051,481.00, valeur des produits, \$2,190,627.00. Cette différence est due aux caprices féminins et aux plus grandes facilités qui existent pour plaire à la clientèle masculine. Toutefois, dans le développement de l'industrie de vêtements fabriqués en manufacture, ce qui est vrai des vêtements de confection pour hommes, l'est aussi pour les vêtements de confection pour femmes. On y étudie les styles et on y applique les méthodes des couturières. Les importations, dans ces lignes, sont rares; les seules lignes importées étant les vêtements cousus à la main, venant de France et d'Irlande, qui sont les produits de la main-d'œuvre paysanne à bon marché. La plupart du coton importé est anglais. Les garnitures viennent de l'étranger, les broderies de la Suisse, les dentelles de France et d'Angleterre, les braids d'Allemagne.

Le système de la fabrication aux pièces règne dans la fabrication de la lingerie qui est entièrement faite dans les manufactures propres et bien éclairées. Le travail connu sous le nom de "sweatshop" y est ignoré. A la vérité ce genre de travail n'est pas inconnu au Canada. Les conditions du travail dans la moyenne des manufactures de vêtements sont beaucoup plus esthétiques que celles qui existent dans beaucoup d'autres industries qui dépendent du travail féminin; aussi, on n'éprouve pas de difficultés à obtenir toute la main-d'œuvre dont on a

besoin. La plupart des jeunes filles préfèrent fabriquer des vêtements dans les manufactures où les heures et le travail sont réguliers, que de travailler comme domestiques dans des maisons où il n'y a de régulier que la paie.

Les vêtements de dessous et la bonneterie occupent la tête dans ce groupe des industries du vêtement. Les effets tricotés au Canada se sont fait une large place, non-seulement sur le marché domestique, mais encore à l'étranger. Le Mexique, l'Australie et la Nouvelle-Zélande se sont déjà aperçus de l'excellence des vêtements de dessous et de la bonneterie du Canada. Une immense maison située dans une petite ville a produit, à elle seule, dans une année, des marchandises de cette espèce pour une valeur de près de \$4,000,000.00. On se sert beaucoup, pour cette industrie, de fil de laine du Canada, mais non exclusivement. Les fils de laine étrangers sont importés en quantité suffisante pour fournir la matière première nécessaire à environ la moitié de la production du pays en vêtements de dessous et en bonneterie.

Le travail féminin, bien entendu, est grandement employé et la plupart de ces ouvrières sont canadiennes, 2% seulement étant des étrangères.

Quant aux articles de toilette pour hommes, le Canada se place constamment en tête. Pour les chemises grossières et fines de couleur et blanches, pour les faux cols et les manchettes, les mouchoirs et les cravates, les Canadiens n'ont pas besoin maintenant de rechercher les fabrications étrangères. Cette branche du commerce des vêtements a pris de très grandes proportions pendant ces quelques dernières années.

Enfin, viennent les chapeaux, les casquettes, les fourrures et les gants. La valeur de la production totale des manufactures de chapeaux et de casquettes a été, en 1901 seulement de plus de \$1.00 par habitant. Une grande branche de cette industrie est l'industrie des fourrures. C'est tout naturel. Le Canada, comme tous les écoliers le savent, est un pays à fourrures. Ce qui semble paradoxal, c'est que alors que le régime inauguré par la compagnie de la Baie d'Hudson est sur son déclin, la manufacture des fourrures s'est arrivée à son zénith. Maintenant, il n'est plus nécessaire de s'adresser à Londres pour avoir une casquette de fourrure, un manteau de castor, un manchon ou un col dont la fourrure était prise par les trappeurs canadiens et confectionnée par les fourreurs anglais. Les fourreurs canadiens ont pris une part considérable dans le commerce de la fourrure brute dans ce pays. Non contentes de cela, de grandes maisons, dont il existe au moins une demi douzaine à Toronto et encore davantage à Montréal, envoient régulièrement des acheteurs en Europe et en Asie pour acheter ces pelleteries. Ces pelleteries sont apprêtées dans les manufactures canadiennes pour la clientèle la plus recherchée; ainsi, ces maisons ont ramené au pays le produit fini d'une industrie qui lui a toujours appartenu comme producteur de fourrures-brutes.

Les mitaines canadiennes sont un article historique; elles datent de l'époque où les mitaines étaient tricotées le soir par les mères de famille avec les anciennes aiguilles, pendant que le père de famille lisait le journal hebdomadaire. On les échangeait chez le magasinier du village contre du sucre et du thé et, plus tard, on les lui vendait à raison de 50c la paire. Maintenant, on les fait à meilleur marché et tout-à-fait aussi bien dans les manufactures, bien que ces manufactures fabriquent plus de mitaines en cuir que de mitaines en pure laine.

Les gants ont suivi le mouvement, non-seulement dans les variétés pesantes, mais aussi dans les gants de chevreau les plus fins et dans les fabrications les plus dispendieuses d'articles à la mode. La production totale, au Canada, de gants et de mitaines, en 1905, a été évaluée à \$1,024,245.00.

Des industries secondaires appartenant à ce groupe sont la fabrication des lacets, des corsets, des broderies, des arti-

## Pen-Angle parle aux Détailleurs



Une petite ligne de Sous-Vêtements PEN-ANGLE vous procurera de meilleures affaires et de meilleurs profits qu'un grand assortiment de sous-vêtements médiocres — mais un assortiment complet de Sous-Vêtements PEN-ANGLE vaut mieux que ces deux choses.

Un département prospère de sous-vêtements s'établit plus vite et plus solidement en donnant à vos clients la plus grande valeur pour leur argent — et non en vendant moins cher que vos concurrents.

Pour donner la meilleure satisfaction à vos clients, en fait de sous-vêtements, fournissez-leur les

### Sous-Vêtements Irrétrécissables

## Marque Pen-Angle

Notre annonce pour l'automne et l'hiver est faite pour graver à fond dans l'esprit de vos clients la Marque PEN-ANGLE et les particularités excellentes de sa fabrication, ajustage et durée.

Vos clients sauront quels sont les avantages des Sous-Vêtements PEN-ANGLE, quand ils entreront dans votre magasin — et il faudra une quantité d'arguments pour leur persuader de prendre toute autre chose.

Le marchand qui tiendra, cet automne, les Sous-Vêtements PEN-ANGLE s'apercevra qu'il n'a pas besoin de vente à escompte en février dans ce département de sous-vêtements. Il n'y aura pas de laissé pour compte.

Tous les voyageurs représentant des maisons de premier ordre peuvent vous offrir des échantillons de PEN-ANGLE.

*The Penman Manufacturing Co., Limited*  
de *Paris, Canada.*

cies de fantaisie, des plumes, du fil, des braids, des élastiques, des franges et des glands. Les produits de ces différentes lignes ont été évalués pour 1901 à près de \$2,000,000; l'article principal étant les boutons pour une valeur de \$277,500.00, les braids pour \$100,000.00 les corsets pour \$592,341; les franges et les glands pour \$126,311.00 et les articles de fantaisie pour \$217,514.00. — "Industrial Canada."

#### POUR LES EMPLOYES DE MAGASINS

##### Perte d'énergie pendant la chaleur.

C'est une plainte très commune que celle du manque d'entraînement pendant la saison chaude. Quelquefois c'est un effet de l'indolence ou du manque de force de caractère, mais le plus souvent c'est dû à la diminution de vitalité ou au gaspillage de l'énergie. Il y a bien des manières de produire cet état physique dit le "Shoe and Leather World." Quelques jeunes gens pensent que, leurs habitudes et leur genre de vie n'ayant rien de répréhensible, tout est pour le mieux. Il n'est pas possible de commettre une erreur plus grande. Les relations sociales et les amusements sont d'excellentes choses lorsqu'elles viennent en temps convenable; mais lorsqu'il y a excès, elles peuvent être en opposition directe avec le but qui leur est assigné. Il faudrait mieux supprimer les engagements qui vous retiennent la nuit, s'ils doivent nuire à vos affaires, et sont cause que vous vous traînez au bureau le lendemain matin, la tête lourde, avec le désir de voir arriver la fin de la journée au lieu de la commencer.

Il y a une différence énorme dans votre travail suivant que vous vous mettez à l'ouvrage chaque jour avec votre énergie et toutes vos facultés intactes, que vous y mettez tout votre esprit ou que vous sentez qu'il n'y a là que la moitié de vous-même, que vous commencez votre tâche alerte et plein d'enthousiasme, ou languide et indolent, de sorte qu'il n'est pas possible que vous fassiez une bonne journée de travail consciencieux.

**Exercices physiques.** — Un des meilleurs antidotes à l'état décrit ci-dessus est un bon emploi du temps et des exercices physiques en abondance. Certains jeunes gens, principalement à la ville, prennent tant d'intérêt aux parties de baseball et autres jouées entre l'équipe locale et des équipes étrangères, qu'ils n'ont pas le temps de prendre eux-mêmes l'exercice qui leur conviendrait. S'asseoir sur un banc d'une tribune, peut-être sous les rayons d'un soleil brûlant et faire des vœux pour l'équipe locale, tout cela peut avoir en soi un élément d'excitation; mais comme exercice physique, cela ne vaut pas une partie de billies. C'est probablement là une des choses qui sont responsables de la dégénérescence physique observée dans les villes.

Si l'armée des commis et employés de bureau faisait partie d'un club de canotage ou de tennis, ou s'ils sortaient et se livraient à un exercice quelconque, un grand bien en résulterait tant pour eux-mêmes que pour leurs patrons. On peut trouver en grande variété d'exercices physiques convenables pour chaque saison et qui comportent un emploi des forces à tous les degrés. Allez au dehors et jouez à la balle, livrez-vous à un exercice qui donne de l'appétit à votre estomac délabré, et qui fasse gonfler votre poitrine, au lieu de vouter vos épaules.

**Intéressez-vous aux affaires.** — Un défaut très-commun à la nature humaine consiste à envier les autres et à désirer d'avoir leur situation. Le fait même que ce défaut se retrouve dans tous les métiers et toutes les professions, en démontre l'absurdité.

Tout commerce ou toute profession digne de ce nom exige de l'application et une dépense d'énergie, demande un travail intellectuel et produit souvent de l'anxiété et l'épuisement de la force musculaire; mais si un homme se met à la besogne avec plaisir et enthousiasme, son succès est assuré, si humble que soit sa position. Un certain sage Américain a dit

que, si un homme fabriquait mieux que d'autres personnes un objet insignifiant, tel un plège à souris, quand même il planterait sa tente dans le désert, le monde ferait un chemin jusqu'à votre porte. Votre force ne réside pas tant dans ce que vous faites que dans la manière dont vous le faites.

Vous serez surpris, si vous prêtez quelque attention au sujet, de voir quelle dignité, quelles occasions pour les progrès et l'avancement se trouvent dans votre profession, si vous vous en occupez. Ne soyez pas constamment sur le qui-vive pour l'heure de la sortie du magasin, et ne laissez pas votre esprit s'abandonner trop à des spéculations sur la partie de balle. Chaque chose a son temps et le baseball est un jeu qu'il est bon de pratiquer; mais lorsqu'un homme s'en occupe toute la journée ou toute l'après-midi, il se fait tort à lui-même et il fait tort à ses affaires. Prenez intérêt à ce que vous faites et vous êtes certain d'en être récompensé.

**Qualités d'un bon vendeur.**—L'aptitude pour la vente est cette qualité qui permet à un vendeur de mettre le client en possession de la plus grande quantité possible de marchandises satisfaisantes, dans le moins de temps possible et de faire rentrer en même temps dans la caisse de son patron la plus grande somme possible de profits, tout en ayant égard à la bonne volonté du client et au respect qui lui est dû.

Il existe de l'aptitude à la vente une autre définition qui, à mon avis, contient d'excellents points: L'aptitude à la vente est la science d'apporter au travail de chaque jour de l'honnêteté dans le langage, de la loyauté envers le patron, une activité exigée par la civilisation moderne; la science de surveiller vos points faibles, de les rectifier, de conserver vos clients et d'en faire de nouveaux et d'agir constamment en gentleman.

C'est un fait universellement reconnu que le niveau des vendeurs s'est beaucoup élevé avec la marche du temps, en ce qui concerne la moralité, les aptitudes et l'intelligence; comme preuve de cela, il n'est pas nécessaire d'invoquer d'autre fait que le suivant: les hommes qui ne possèdent pas ces qualités, ne peuvent pas prendre rang parmi le personnel des voyageurs d'aucune maison de confiance. De plus, beaucoup des plus grandes maisons de commerce et des plus prospères sont gérées par d'anciens commis-voyageurs et leur personnel est pris parmi ces derniers.

La qualité dominante chez un vendeur est son aptitude à faire des ventes; ce qui le caractérise, c'est la bonne santé, l'honnêteté, la courtoisie, le tact, les ressources de l'esprit, une réserve d'énergie, la facilité à s'exprimer, une confiance ferme et inébranlable dans les marchandises qu'il vend.

Certainement aucun de nous ne niera qu'un bon vendeur doit connaître ses marchandises; il doit les connaître assez bien et y avoir une telle confiance qu'il puisse convaincre le marchand qu'il a besoin de marchandises; ensuite il doit l'enthousiasmer à un tel point, qu'une fois l'achat conclu, le marchand pousse la vente des marchandises.

#### L'ELEVAGE DE L'AUTRUCHE

##### Aux Etats-Unis.

Les Américains, ont réussi à acclimater l'autruche.

Deux Anglais, il y a douze ans, eurent les premiers l'idée que l'autruche pourrait être élevée aux Etats-Unis, dans les régions présentant un climat à peu près analogue à celui de l'Afrique du Sud; et c'est depuis cette époque que l'élevage a été entrepris dans la partie méridionale de la Californie.

Les premiers oiseaux importés ne résistèrent pas au nouveau milieu, mais ceux qui sont nés de ces derniers montrèrent une force supérieure de résistance, et bientôt leurs descendants s'acclimatèrent d'une façon complète. Il y a aujourd'hui, dans le pays, six fermes d'élevage, dont trois en Californie, une dans l'Arizona, une dans le Kansas et une en Floride.

Le nombre des oiseaux, dans ces dix centres d'exploitation,



**LA JEUNE FILLE CANADIENNE.**

Est un des membres les plus distingués de cette catégorie très-nécessaire des êtres humains qu'on appelle les femmes, et comme telle, elle demande que ses vêtements soient d'accord avec ses goûts raffinés. Nous offrons juste maintenant en stock les lignes correctes en Jupes de Robes, Jupes de dessous, Blouses et Pardessus, dans notre Département des Confections, et, dans notre Département des Etoffes à Robes, les Draps New Century, Imperial Mixtures, Draps à Points Croisés pour Costumes, et Draps Chevron Blenheim. Cet Département complètement assorti pour la Saison de Rassortiment d'Automne. Exécution d'Ordres par correspondance, une spécialité.

**JOHN MACDONALD & CO.,**  
TORONTO.

Wellington &  
Front St., E.

Leurs Bureaux et leurs Représentants dans la Province de Québec, sont: **M. J. O. TREMPÉ, 207 Rue Saint-Jacques, MONTREAL; M. D. FONTAINE, 77 Rue Church, Saint-Roch, QUEBEC; M. J. H. CARSON, Cowansville, COWANSVILLE.**

atteint six mille. Le plus important est en Californie. Les autruches y sont élevées, parquées par groupes de six au plus, entre de hautes haies qui empêchent le troupeau entier de se mélanger. Elles y restent fort tranquilles, comme feraient les dindes ou les oies; mais on empêche les visiteurs de pénétrer dans les enclos. L'autruche n'a pas, en effet, un très bon caractère, et son coup de pied est aussi mauvais et aussi dangereux que celui du chameau.

Mais si elle n'aime pas à être approchée, il ne lui répugne pas de se donner en spectacle. Elle aime l'exercice, et c'est le matin, au lever du soleil, qu'elle le prend, dans ce que l'on a appelé sa danse. Les bêtes secouent la torpeur de la nuit, aux premiers rayons; comme nous étendons les bras, elles étendent les ailes et font jouer les jambes. D'abord, les aînées entrent dans l'arène, bientôt suivies par les autres, et toutes exécutent une série de mouvements indépendants qui, s'accroissant peu à peu, deviennent plus rapides; et enfin, se mettent en pairs, elles tournent comme le feraient des danseurs. De loin, la vue de l'ensemble peut, à la rigueur, à des yeux de myope, passer pour une séance de danse, quadrilles d'abord, valse ensuite. Et cet exercice chorégraphique de l'énorme volatile, dont la petite tête sérieuse et grave se dresse au-dessus de l'horizon comme pour se faire admirer, est bien le spectacle le plus comique qui soit.

L'autruche est monogame. A trois ou quatre ans, le mâle choisit une compagne, et c'est pour passer avec elle l'existence entière: rien, en effet, que la mort ne saurait les séparer. Comme l'autruche vit environ quatre-vingts ans, on voit que sa carrière conjugale a une belle durée. Les éleveurs disent aussi que le mâle est un mari modèle, faisant presque tous les gros ouvrages de la communauté, dans les deux principaux sont la préparation du nid, cavité de 14 pouces de profondeur dans le sol, et l'incubation des douze ou quinze œufs qui sont pondus. Ce dernier travail, cependant, se fait conjointement avec la femelle, et la besogne est longue, quarante jours sont nécessaires à l'éclosion. Cependant, si l'oiseau se montre bon époux, il n'est, par contre, qu'un fort mauvais père, avec une tendance à massacrer sa progéniture. Aussi l'éloigne-t-on du nid aussitôt après la naissance des jeunes.

Ceux-ci sortent de leur coquille couverts d'une sorte de poils rudes et "rebroussés." Dès qu'ils se trouvent en état de courir, ils sont mis dans le pré où ils peuvent brouter à satiété. Chaque nuit, ils sont rentrés, et cela pendant quelque temps. Les autruchons sont dès leur naissance de dimensions respectables. A six mois ils mesurent six pieds, pour atteindre à trois ans 8 pieds et un poids de 300 livres.

L'herbe est la première nourriture de l'autruche, mais ensuite elle a le choix entre les oranges, qui abondent en Californie, les résidus de fabriques d'huile et les tourteaux de raisin. Un repas complet, pour une autruche adulte, peut être représenté par trois douzaines d'oranges.

En Californie, environ 50 pour 100 des œufs restent improductifs. Ils sont, d'ailleurs, après quelques jours d'incubation, essayés à la lumière, où les bons montrent une tache foncée. On s'est servi de l'incubateur, qui a réussi, mais seulement lorsque les œufs avaient déjà été couvés naturellement pendant une quinzaine de jours.

La coquille de ces œufs est extrêmement résistante, et on prétend sur place que l'on pourrait s'en servir pour jouer au ballon sans courir le risque de les casser. Les jeunes, cependant, la percent seuls, mais y mettent le temps, deux jours au moins.

Lorsque les œufs sont abondants, les fermiers les vendent aux hôtels des environs. Les touristes aiment à goûter de l'omelette aux œufs d'autruche, mais il faut se mettre à plusieurs pour en manger un entier, car il a la valeur de trente œufs de poule ordinaires, et les prix sont américains. c'est-à-dire très élevés.

Les ailes de l'autruche ne lui servent guère que comme balancier, pour tourner rapidement et à angle droit lorsqu'elle est en pleine course, allure qui rend sa capture difficile, même par des cavaliers. Elles sont là aussi pour leur servir de superbe parure, et lorsqu'elles ont leurs plumes adultes, que la queue est abondamment fournie et se tient droite tandis que les ailes sont éployées, le spectacle d'un de ces oiseaux coquetant et tournant est curieux à contempler sous la pleine lumière du soleil.

L'opération de la récolte des plumes est, dit-on, sans doute leur pour les oiseaux; mais toutes ne sont point arrachées, les grandes étant soigneusement coupées, elles présentent alors quelque différence avec ceux qui ornent les chapeaux coûteux dames. Elles ont grises naturellement, sauf quelques-unes, qui sont noires ou blanches, et, pour être prêtes à servir au commerce de la mode, elles doivent subir les opérations du lavage et du frisage.

Les fermiers vendent, en général, les plumes "brutes." En Californie, c'est San Francisco qui les achète et les prépare. Cependant, la "South Pasadena Ostrich Farm" de South Pasadena, en a toujours un stock d'apprêtées pour la vente locale et l'exportation.

L'autruche n'a pas encore été utilisée autrement qu'à la production de la plume. Cependant, en Floride, on peut la voir attelée à de légers bogeys, et elle se laisse monter, sans trop protester, par les jeunes fermiers.

Mais qui sait? L'entrepreneur Anglais qui a commencé son élevage aura peut-être non seulement sauvé de la disparition complète un des représentants les plus anciens du monde animal, mais encore préparé, pour les générations futures, une bête de trait et de course.

#### VETEMENTS EN PEAU DE POISSON

Le "Liverpool Post" dit que la Commission américaine des pêches a fait des recherches au sujet de l'emploi des peaux de poissons pour les vêtements.

On a trouvé que les peaux de saumon tannées faisaient un excellent cuir et que les Esquimaux l'emploient depuis de longues années pour leurs chaussures.

Ces septentrionaux emploient aussi des peaux de morue tannées comme vêtements imperméables.

La Commission a découvert que la peau de baleine produit un cuir magnifique et prend très bien la couleur.

Parmi tous les nombreux étalages qui remplissent l'édifice central de l'exposition de Sherbrooke, notre représentant a particulièrement remarqué celui de M. Louis A. Codère.

L'exposition des marchandises en fourrures faite par M. Codère était non-seulement la plus riche de toutes celles de cette exposition, mais de toutes les expositions du Canada. Située au centre du grand pavillon et composée de plusieurs milliers de très riches fourrures, elle était d'une attraction considérable.

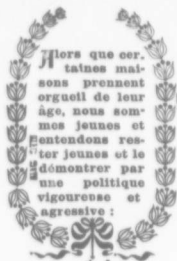
Aussi la maison Louis A. Codère qui fait un très grand commerce bénéficiera-t-elle de cette exposition qui lui fait tant honneur ainsi qu'à celui qui l'a préparée.

Comme on le remarquera dans l'annonce de la maison Louis A. Codère, publiée dans une autre page, les voyageurs de cet établissement partent incessamment pour offrir leurs marchandises du printemps et pour remplir les commandes d'assortiments.

Nous aimons à croire que tous ceux qui ont besoin de ces marchandises du printemps et pour remplir les commandes de rassortiment.

Ceux qui ne peuvent visiter le bel établissement de M. Codère ou qui ne recevront pas la visite de ses voyageurs sont priés de correspondre directement avec lui, car M. Codère a tout un système perfectionné de correspondance, par lequel les ventes s'effectuent sans la moindre difficulté. Sur réception de commandes par la maille, M. Codère vous envoie de suite un blanc réquisitoire qui lui permet, une fois bien rempli, de confectionner et d'envoyer exactement ce que vous désirez.

# Debenham, Caldecott & Co.



## MODES D'AUTOMNE

NOUS RECEVONS UNE  
NOUVELLE EXPÉDITION  
DE

### CHAPEAUX DE CHENILLE

dans les Nos 207, 208 et 209

toutes nuances, ainsi que

### 3 CAISSES D'AILES

de toutes formes et toutes couleurs.

Velours couché dans toutes les couleurs

No 145.

Assortiment complet de Soies

Nos lignes de Rubans **D. C. 100**

**D. C. II**

**D. C. III** sont maintenant complètes en toutes largeurs et toutes nuances.

## Debenham, Caldecott & Co.

*F. X. D. de Grandpré, Gérant.*

AGENCE DE QUEBEC.  
43½ RUE ST-JOSEPH,

Richmond Bldg.  
OTTAWA.

18 rue Ste-Hélène, MONTREAL.



**LA  
MODE**

M. Wm. Alexander, de M. S. F. McKinnon & Co, de Montréal, rapporte que les affaires, pendant la première partie du mois de Septembre, ont été très actives. Les commandes ont été nombreuses pour les rubans duchesse et taffetas, pour les ailes de fantaisie et pour les chapeaux "Ready to Wear" et à garnir.

Actuellement, les nuances noire, réséda, bleu, brune et bleu-marin semblent avoir la préférence.

M. J. F. Dubreuil, représentant de la D. McCall Co, Ltd, rapporte qu'il est très satisfait du résultat des ouvertures de modes d'Automne, les ventes ayant été plus considérables que celles faites l'année dernière. Les articles qui ont eu le plus grand succès sont les chapeaux "Ready to Wear" genres Turbans et Tricornes.

Les garnitures principales pour l'Automne sont jusqu'à présent les ailes, les fleurs, les bandeaux de chenille, les rubans Duchesse, ainsi que les velours ombrés et couchés.

Les nuances recommandables sont les verts, les bleus et les bruns.

Nous remarquons que les formes Polo qui ont eu une grande vogue au début des ventes pour l'Automne sont graduellement remplacées par les petites formes de chapeaux genre français qui sont très relevées à l'arrière.

M. I. Mishkin questionné au sujet des dernières modes, en fait de blouses de dames, nous informe que cet Automne les genres préférés sont en taffetas, en lustrés, en détaines françaises. Les dessins plaids ou tartan écossais font actuellement fureur à New-York.

Quant aux nuances, M. Mishkin préconise le bleu-marin, les bruns et les verts Nil, Myrtille, Réséda.

La majeure partie des blouses d'automne que nous avons remarquées chez nos fabricants se distinguent par leur grande sobriété de garnitures; par contre, on semble attacher beaucoup d'importance aux boutons qui sont très variés et souvent dispendieux.

La coupe des blouses pour l'Automne 1905 ne diffère pas sensiblement de celles portées la saison précédente, si ce n'est que les poignets ou manchettes sont plus longs. La manche est toujours bouffante au-dessus du coude.

L'ouverture des modes qui a eu lieu récemment a donné

des résultats satisfaisants, nous dit M. Louis Decelles, représentant MM. Strachan Bros. "La demande pour les "Ready to Wear" en feutre soyeux a été remarquablement bonne; les formes les plus en vogue sont de grandeur moyenne et principalement dans les nuances Bleu Saxe, Brun, Mordoré, Vert Émeraude et Vert Mousse — il est à remarquer que depuis plusieurs saisons le vert est devenu une couleur courante.

M. F. X. D. de Grandpré, gérant de la maison Debenham, Caldecott & Co, dans une entrevue avec le représentant de "Tissus et Nouveautés" déclare que non-seulement les ouvertures des modes d'Automne ont été satisfaisantes, mais que, de plus, dans les semaines qui ont suivi les ouvertures, il n'y a pas eu le ralentissement habituel dans les affaires.

Le gros de la demande s'est porté sur les chapeaux "Ready to Wear" dans les prix élevés, sur les formes de chapeaux en chenille et sur les chapeaux de feutre avec calotte ronde en velours. Comme garnitures, les ailes, les plumes nuancées, les rubans de couleurs unies, les velours couchés et les tresses de chenille ont été très recherchés.

Le bleu-marin, le brun, les verts, le champagne et le rouge sont les nuances favorites.

M. J. M. Orkin, de MM. Chaley et Orkin, rapporte une bonne activité dans les affaires depuis l'époque des ouvertures de modes.

Selon lui, la demande est très diverse, mais on remarque pourtant une préférence pour les chapeaux faits à la machine dont la demande est plus forte que d'habitude; les velours, les peluches, les rubans sont aussi excellents; en fait de garnitures, on recommande les ailes, les plumes d'autruche et les fleurs d'hiver.

Les nuances en vogue sont les bruns, le vert mousse et les teintes comprises entre l'héliotrope et le pourpre.

Par suite de l'augmentation considérable de leurs affaires dans la Province de Québec, MM. Strachan Bros de Toronto ont résolu d'avoir en permanence une salle d'échantillons à Montréal, au Temple Building, Chambre 591, Rue St-Jacques.

On y trouvera sans cesse les derniers modèles en fait de chapeaux Ready to Wear ainsi qu'une ligne complète de chapeaux de feutre durs et mous pour hommes.

Cette succursale sera sous la direction de M. Louis Decelles, le représentant de la maison dans la Province de Québec.

M. Decelles sera à Montréal tous les samedis.

MM. Debenham, Caldecott & Co, importateurs de modes, viennent de recevoir des principaux marchés européens un lot de marchandises nouvelles comprenant une collection d'ailes de fantaisie et de tresses en chenille dans les nuances les plus nouvelles.

La maison s'empresse d'envoyer des échantillons aux modistes qui en feront la demande.

150-YEARS-REPUTATION

W. BARTLEET & SONS,  
Abbey Mills, Rotherham, ENGLAND.



**ARCHER  
BRAND  
NEEDLES**

Aiguilles de Machines à Godre

Pour Machines

Singers, White, Wanzor, Raymond, New  
Williams, Domestic, Wheeler & Wilson,  
Standard, Davis, Household.

Et toutes les Machines Standard.

COUTURE RENDUE FACILE

Les Aiguilles "Archer Brand"

Sont vendues avec une réputation  
établie depuis 150 ans; satisfac-  
tion garantie.

Expédiez-nous votre ordre.

Wm. Croft & Sons, 126, 128, 130, 132,  
Queen St. East, TORONTO

ETABLIS EN 1885. Office Européen : Vienne, Autriche, IX Berggasse, 7.

# A V I S

Il n'y a qu'un seul Coutil à matelas **A. C. A.** — sous cette marque, il s'est fait connaître dans tout le Dominion pour sa qualité exceptionnelle.

D'autres marques avec des lettres tout-à-fait semblables ont été faites par divers manufacturiers et vendues comme "faites par la même manufacture" ou "tout aussi bonnes" que **A. C. A.**

Cela n'est pas.

Le coutil à matelas **A. C. A.** est fait et vendu uniquement sous cette marque.

Si vous voulez avoir la véritable qualité **A. C. A.**, insistez pour avoir la marque **A. C. A.**

Votre marchand de gros peut vous fournir

## Le Coutil à Matelas

# A. C. A.

es, repré-  
s "Ready  
t bonne ;  
oyene et  
Mordoré,  
r que dé-  
leur cou-

Dobenham.  
entant de  
les ouver-  
mais que,  
ertures, il  
ffaires.

eaux 'Rea-  
s de cha-  
ec calotte  
es plumes  
s couchés

et le rou-

pporte une  
s ouvertu-

remarque  
a machine  
s velours,  
en fait de  
utriche et

usse et les

rs affaires  
le Toronto  
antillons à  
ue st-Jac-

en fait de  
mplète de

Louis De-  
ce de Qué-

de modes.  
éens un lot  
ion d'altes  
uances les

illons aux

LE  
rand"  
ation  
sfac-

re.

2,  
ONTO  
7.



Une des lignes qui attirera forcément l'attention du commerce lorsqu'il s'agira de faire les achats pour la saison du Printemps 1936 sera certainement la collection des blouses manufacturées par l'Allied Mfg Companies et portant la marque "Progress." Ces blouses sont toutes en mousseline, en cotonnades de fantaisie et en soie. La compagnie présente également des modèles de costumes "Shirt Waists" dans les designs les plus nouveaux et exclusifs. Ces marchandises sont supérieurement finies et ont un cachet tout particulier.

MM. Debenham, Caldecott & Co. ont l'avantage d'annoncer à leurs clients qu'ils viennent de recevoir de leurs fabricants un assortiment complet de leur ligne de velours Couché et favorablement connue sous le No 145. Ce velours, malgré sa qualité exceptionnelle, est offert au prix très modique de 45 cts la verge. Ils appellent également l'attention des acheteurs sur leurs rubans D. C. II, III, 10—toutes les dernières nuances y sont représentées.

MM. Strachan Bros., de Toronto, viennent de mettre sur le marché des nouveaux chapeaux en feutre mou pour hommes; ces chapeaux sont appelés à obtenir le plus grand succès.

Nous recommandons tout spécialement les modèles Adonis & Raquet qui sont conformes aux derniers styles de New-York.

MM. Strachan Bros ont une salle d'échantillons, 591 Temple Building, Rue St-Jacques, Montréal, et les acheteurs y trouveront M. Ls Decelles tous les samedis.

MM. Debenham, Caldecott & Co. nous apprennent qu'ils viennent de recevoir une nouvelle expédition de magnifiques formes de chapeaux en chenille qu'ils sont seuls d'ailleurs à avoir.

MM. S. F. McKinnon & Co. de Montréal, viennent de recevoir un assortiment complet des dernières nouveautés en fait de "Ready to Wear" et de formes de chapeaux. Leurs turbans en feutre genre "Westwood" & "Sterling" méritent une mention spéciale.

La maison a également un stock varié de formes de chapeaux en "Beaver."

M. J. F. L. Dubreuil, représentant la D. McCall Co Ltd, partira en tournée d'affaires dans les Cantons de l'Est à partir du 2 Septembre avec un assortiment de toutes les dernières nouveautés pour le commerce des Modes d'Automne.

#### Victor Mfg Co.

M. H. Blagdon, Mechanics Building, Rue St-Jacques, Montréal, nous avise qu'il recevra prochainement les échantillons du Printemps de la Victor Mfg Co., de Québec, comprenant costumes et manteaux pour dames, ainsi que des blouses pour le Printemps et des robes blanches de première communion.

M. Blagdon ajoute que, malgré la compétition qui grandit d'année en année, la lingerie de dames pour l'année 1936 faite par la Victor Mfg Co se vend très rapidement.

Ce résultat est dû à la bonne qualité des marchandises, ainsi qu'à l'élégance des patrons qui sont soumis à l'inspection des acheteurs.



MM. E. O. Bault & Cie, constatent une excellente demande pour les cravates et les foulards pour l'Automne.

En fait de cravates, les commandes continuent à porter sur les Derby's larges, les cravates bouffantes dans les nuances vertes, rouge-vin; on remarque une diminution notable dans la demande pour les nuances brunes.

La Waterloo Knitting Mills, de Waterloo, Québec, vient d'obtenir de cette municipalité un bonus de \$30,000.00 et une exemption de taxes pour une période de 20 ans.

La compagnie, en échange, devra construire une manufacture qui, avec la machinerie nécessaire, coûtera \$90,000.00; elle



**THE IDEAL BEDDING**  
REGISTERED  
Manufacturiers en gros de:

LITS EN CUIVRE et en FER,  
SOMMIERS à "l'épreuve de la Vermine," Matelas, Oreiller de Plume, Couvre-pieds.

SUCCHESSEURS DE  
The Alaska Feather & Down Co.  
The Toronto Bedding Co.

MANUFACTURES A  
MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG.

## OUATE EN PAQUETS

Garantie exempte de fil 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. Fabriquez avec du bon coton pur—sans de déchets. Demandez la Ouate en paquets "North Star, Crescent et Pearl."

ROBERT HENDERSON & CO.,

MONTREAL.

JAMES STANBURY & CO., - - TORONTO

Agents de Vente.

## 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 une 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.

DÉPARTEMENT

DES

# Marchandises Lavables.

---

TISSUS DE SAISON

Seide Glacé,

Pongette Mercerisée,

Repp Mercerisé,

Silked Grograine.

Ces marchandises sont jolies, élégantes, d'une apparence recherchée, font un aussi bon service que la toile, possèdent l'apparence et le fini des soieries de haute qualité et coûtent la moitié de leur prix.

REMARQUE.—Couleurs échantillons expédiées sur demande.

## GREENSHIELDS LIMITED

MONTREAL.

emploiera, de plus, 150 ouvriers qui recevront annuellement au moins \$30,000.00 de salaires.

Par suite de l'augmentation considérable de la vente de ses produits, la Dominion Suspender Co., de Niagara Falls, fait actuellement construire une annexe à sa manufacture; cette annexe aura une hauteur de trois étages et des dimensions de 30 x 100 pieds.

Les prix de la bonneterie ainsi que des sous-vêtements en laine continuent à être plus fermes; ils augmentent même dans plusieurs lignes à mesure que la saison s'avance.

Aussi, les détailliers qui n'ont pas placé leurs commandes de bonne heure en auront-ils certainement du regret.

Les maisons de gros nous disent qu'il leur est impossible de placer des commandes de rassortiment aux anciens prix. Ainsi, l'on nous cite une ligne de sous-vêtements de laine cotée au début de la saison à \$8.00 pour laquelle on demande maintenant \$8.50; une ligne de bas de laine autrefois à \$1.90 est maintenant marquée \$2.25 et ainsi de suite.

Les conditions sont identiques en ce qui concerne les marchandises importées.

Les livraisons faites jusqu'à présent par les manufacturiers sont assez satisfaisantes et l'on ne prévoit pas de difficultés à se procurer les marchandises nécessaires.

La plupart des maisons de gros prennent actuellement les commandes en sous-vêtements pour le Printemps prochain et l'on nous fait remarquer que les détailliers feraient bien de placer leurs commandes de bonne heure.

MM. Tooke Bros Ltd ont placé depuis plusieurs semaines leurs échantillons de cravates pour la saison des fêtes entre les mains de leurs représentants. Cette collection a reçu de la part du commerce l'accueil le plus favorable, si l'on en juge d'après les nombreuses commandes qui ont été prises.

Les cravates en question sont absolument irréprochables quant à la qualité et au style.

L'annonce de la maison W. H. Shorey & Son, Limited, parue dans le numéro de "Tissus et Nouveautés" du mois d'août, page 43, aurait dû, pour être bien compréhensible, être accompagnée d'une vignette autre que celle qui a été publiée. En lisant l'annonce dans le présent numéro, on verra la marche, l'évolution d'un gant, du Gant Mocho si justement renommé de la MM. W. H. Shorey & Son, Limited, d'Acton, Ont.

Les sous-vêtements Ellis annoncés d'autre part diffèrent de tous les autres parce que les "machines à tricoter avec aiguilles à ressort" sur lesquelles est fait le tissu "Ellis" sont les seules qui existent au Canada.

Une fois qu'on a porté les sous-vêtements Ellis, on n'en veut plus d'autres. C'est une marchandise qui ne reste pas sur les tablettes.

Demandez la brochure "There's a Reason for all Things" à la Ellis Mfg. Company, Limited, Hamilton, Ont.

La Dominion Suspender Co. rapporte une immense vente de sa nouvelle bretelle "The Butterfly." Une forte publicité est faite pour cet article dans tous les quotidiens de la Métropole, de sorte que sa vente par le détaillier est rendue facile.

La Dominion Suspender Co. a mis sur le marché sa ligne de bretelles pour le Temps des Fêtes.

Le département des parapluies de l'Allied Manufacturing Companies vient de mettre en stock des boîtes contenant chacune 1-2 doz. de parapluies munis de leur nouveau Tin Top Runner. Ces parapluies varient en prix de \$9.00 à \$15.00 la doz. Nous conseillons aux marchands désireux d'avoir un assortiment de parapluies du dernier goût et de valeur exceptionnelle de demander quelques boîtes d'échantillons. La Compagnie a également des boîtes contenant 1-2 doz. de parapluies ouvrant automatiquement.

MM. Tooke Bros Ltd donnent à tout acheteur de cravates un escompte spécial de 10 p.c. et datent leur facture du 1er Janvier. C'est une occasion unique pour les marchands de regarnir leur stock de cravates noires qui sont toujours de vente courante.

## L'ETIQUETTE BISHOP

Est la protection de tout marchand et de tout acheteur de Robes de Fourrure et de Manteaux de Fourrure.

### Les Robes et Manteaux de Fourrures BISHOP

Sont éprouvés et on peut s'y fier. Vendez des marchandises portant une marque — des marchandises de qualité reconnue. Cherchez l'Etiquette Bishop. Si vous ne la trouvez pas, ne prenez pas les marchandises.

DONNEZ UN ORDRE A VOTRE MARCHAND DE GROS.

## The J. H. Bishop Company,

SANDWICH, Ont.

Wyandotte, Mich.

354 Broadway, New-York.

Tientsin, Chine.



# Il Est Tres Important



de savoir exactement à qui écrire pour des marchandises dont on a besoin immédiatement dans le cas d'un ordre spécial.

Il peut être utile de savoir que nous avons donné une attention spéciale au placement d'ordres de répétition chez les manufacturiers, de bonne heure dans la saison, pour nos lignes qui se vendent le mieux en fait de marchandises courantes et de marchandises de fantaisie, dans nos

## Départements d'Etoffes à Robes et de Soieries.

Ces ordres de répétition sont maintenant en mains, rendant le stock presque aussi complet qu'il l'était au commencement de la saison.

Nos représentants sont maintenant sur leur routes respectives avec des lignes complètes pour le réassortiment, et notre département d'ordre par correspondance est anxieux d'avoir à soumettre plus d'échantillons sur demande.

### Un mot au sujet des Soieries.

L'augmentation des ventes dans ce département, particulièrement prouve, au-delà de toute question, que les marchandises et les prix doivent être absolument corrects, et est un excitant pour que nous fassions de plus grands efforts, afin de les augmenter encore.

Ne tardez pas ou n'hésitez pas à écrire pour avoir des échantillons et prix, si notre représentant ne passe pas chez vous.

**BHOPHY, CAINS LIMITED**  
 Vente de Nouveautés en Gros. MONTREAL.  
 Prompts Expéditeurs.

MM. Tooke Bros Ltd viennent d'introduire une innovation dans la façon d'emballer leurs cravates "Derby."

A l'avenir, ces cravates seront contenues dans des boîtes dont l'intérieur sera de couleur lavande.

MM. E. O. Barette & Cie, Temple Building, Rue St-Jacques, Montréal, ont à vendre un job considérable de cravates de toutes les formes et dans toutes les nuances. Ces marchandises sont offertes à des prix bien au-dessous de leur valeur réelle.



D'après MM. John Fisher, Son & Co, le commerce du Printemps s'annonce comme devant être très satisfaisant; on reçoit de bonnes commandes d'assortiment pour les draps Melton et Beavers pour les pardessus, aussi pour les costumes en tweed écossais.

Le prix continuent à être des plus fermes.

La collection est satisfaisante.

Ainsi que nous l'avons signalé dans un numéro précédent de "Tissus et Nouveautés" la demande en fait d'étoffes à robes porte principalement sur les tissus Mohairs, Henriettes, Vénitiens et Broadcloths.

Il y a eu également tout dernièrement une bonne vente dans les étoffes à robes à grands carreaux dits "plaids."

Relativement aux nuances, on recommande le noir, le vert olive, les nuances modes et le rouge claret. La demande pour les nuances brunes semble avoir diminué dans d'assez notables proportions.

Notre représentant a eu l'occasion de rencontrer M. Norman Paulet, acheteur du département des étoffes à robes de MM. A. Racine & Cie, quelques jours après son retour d'un voyage d'achats en Europe au cours duquel il a visité les principaux centres manufacturiers de l'Angleterre, de l'Irlande, de l'Écosse et de la France.

M. Paulet nous rapporte que les marchés des lainages sont très fermes, par suite de la grande cherté des laines brutes, avec tendance à la hausse. Il conseille donc aux acheteurs de placer dès maintenant leurs commandes pour le Printemps, car il est convaincu qu'il sera impossible de répéter les commandes aux anciens prix.

En fait de tissus pour le Printemps, les alpagas et les éolienne continueront à être de grande mode dans les nuances très claires.

Pour la saison immédiate, les Cheviots, ainsi que les Tweed, sont très demandés; ils sont également de couleurs claires.

M. C. X. Trauchemontagne rapporte une demande active pour les marchandises du Printemps. La maison reçoit également de bonnes commandes de rassortiment en étoffes à pardessus en Beaver et en Melton, ainsi que dans les tweeds écossais pour costumes.

Les prix continuent à être des plus fermes. La collection est bonne.

M. A. Kyle, de MM. Kyle, Cheesbrough & Co., nous dit que les affaires sont bonnes; les commandes prises pour les marchandises du Printemps 1906 sont très nombreuses. Quant aux ordres de rassortiment pour l'Automne, ils arrivent lentement. Un bon nombre des commandes pour le Printemps prochain portent sur les dentelles et garnitures de fantaisie.

Les prix sont très fermes et les remises très satisfaisantes;

**JOHN FISHER, SON & CO.**

**LAINAGES**

ET

**Fournitures pour Tailleurs**

**EN GROS**


Angle Carré Victoria = Montréal  
et Rue Saint-Jacques,

76 Bay St., = Toronto.

ET

55-57 Rue Dalhousie, Québec.

**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

L'échéance de Septembre a été exceptionnellement bien contrée.

D'après M. O. Letourneau, de MM. A. McDougall & Co., les commandes pour la saison prochaine ont été excellentes et les ordres d'assortiment commencent également à entrer.

Les prix des lainages sont des plus fermes.

La collection laisse quelque peu à désirer.

M. Norman Paulet, acheteur du département des étoffes à robes de la maison Alphonse Racine & Cie, qui est de retour après un voyage d'achats en Europe, fera très prochainement un voyage spécial à Ottawa et à Québec en compagnie des représentants de la maison dans ces deux villes.

M. Paulet aura avec lui les échantillons des étoffes à robes pour la saison du Printemps 1906.

Nous ne saurions trop recommander aux marchands de nouveautés d'attendre la visite de ce monsieur avant de placer leurs commandes, car les marchandises qu'il a à leur offrir ont été achetées dans d'excellentes conditions et, de plus, représentent les dernières nouveautés des marchés français et anglais.

Nous appelons d'une façon toute spéciale l'attention des marchands-tailleurs sur les échantillons du Printemps qui leur seront soumis par les représentants de la maison C. X. Tranchemontagne. L'échantillonnage en question représente ce qu'il y a de mieux et de plus nouveau sur notre marché.

M. Norman Paulet, gérant du département des Etoffes à Robes et Tweeds de la maison A. Racine & Cie est arrivé d'Europe le 10 Septembre courant, après une absence de deux mois pendant laquelle il a visité les marchés d'Angleterre, Ecosse, Irlande et France, en vue des achats pour la prochaine saison de printemps.



D'après MM. Geo. H. Hees Son & Co, de Montréal, les affaires en notre ville ainsi que dans la province de Québec en général sont très satisfaisantes. Tout paraît annoncer une excellente saison d'Automne et d'Hiver. La demande pour les rideaux et les étoffes d'ameublement continue à être des plus fortes. Les prix sont très fermes et la collection régulière.

Toujours dans le Progrès.

Quand les créateurs de la "Ligne Menzlie" ont placé, pour la première fois la saison dernière, leurs produits sur le marché, ils avaient assez de confiance dans le mérite de leurs marchandises, pour s'attendre à une réception cordiale de la part du commerce de Papiers de Tenture en général; mais ils ne pensaient guère que, dans le court intervalle de dix-huit mois, ils seraient appelés à agrandir leur manufacture pour pouvoir répondre à la demande qui leur était faite. C'est pourtant ce qui a eu lieu, et aujourd'hui un beau magasin de construction nouvelle prouve jusqu'à l'évidence le fait que, dans ce peu de temps, les gens qui ont pour non Menzlie sont arrivés à leur période de progrès.

Ils ont acquis un autre terrain d'environ 52,000 pieds carrés et, sur ce terrain s'élève maintenant une belle structure en briques; ce qui leur fournit une capacité de blancher d'environ un million de rouleaux. Cela allégera grandement la bâtisse principale pendant la saison de fabrication et procurera un espace de surplus pour une machinerie additionnelle.

Leur voie de chemin de fer, qui se raccorde à la ligne du G. T. R. à une distance d'environ 500 verges, a été poussée jusque sur les terrains de la manufacture, et comme cette branche du Grand Trunk est probablement une des sections les mieux desservies d'Ontario, les facilités qu'a cette compagnie pour une prompt manipulation de sa forte production ont été matériellement augmentées. L'expédition rapide des commandes est un des points qui militent en faveur de cette maison et qui devrait se rencontrer dans tout établissement qui a pour but de se conserver la clientèle du marchand détaillier entreprenant.

Les gens de la "Ligne Menzlie" se sont mis à l'abri d'une interruption de travail causée par cet ennemi qui menace tou-

te industrie—le feu—et dont les effets dévastateurs ont si souvent dans le passé entravé les plus belles entreprises du pays; à cet effet ils ont installé dans toute l'usine un appareil automatique moderne pour combattre l'incendie; en outre une brigade bien organisée, formée parmi les employés habitant dans le voisinage, est toujours prête à répondre à la première alerte. Le système pour combattre le feu a à sa disposition un réservoir d'eau d'une contenance de 10,000 gallons; en outre un autre réservoir de 10,000 gallons a été installé pour les besoins généraux et les cabinets de toilette des employés. Un détail qui sort quelque peu de l'ordinaire et qui est digne de remarque, c'est l'immense citerne en ciment, d'une capacité de 250,000 gallons, située au-dessous du nouveau magasin et qui approvisionne les autres réservoirs. Grâce à ce système, l'établissement a toujours à sa disposition une quantité d'eau égale à 290,000 gallons.

Inutile de dire, par conséquent, que les affaires de cette saison jusqu'à date ont progressé par sauts et par bonds; tout indique pour le moment que l'usine aura peine à faire face à la demande.

Comme fait matériel, en vue d'ordres précipités, une nouvelle machinerie a été commandée, et on espère qu'elle sera installée et prête à entrer en service, dans l'espace de trente jours.

A en juger par le progrès déjà fait, le Commerce Canadien a fait une réception cordiale aux papiers de tenture de la "Ligne Menzlie", et cela à juste titre, pour quel'qu'un qui connaît les méthodes de la Compagnie. Sa devise est: "Qualité à un prix raisonnable, et traitement juste pour tous."



Le chef d'une de nos principales maisons de gros nous informe que les prix de toutes les cotonnades pour la saison du Printemps 1906 viennent d'être fixés. Ces prix sont à peu de chose près semblables à ceux en vigueur le Printemps dernier. On ne prévoit pas qu'il y aura de changements prochains dans les listes de prix, du fait que les maisons de gros ont toutes placé leurs contrats. Il se pourrait, cependant, que les prix soient modifiés à l'époque où se placeront les répétitions des commandes.

A une assemblée des directeurs de la Montreal Cotton Co tenue le 20 Août, M. Fred Lacey, gérant de la compagnie, a donné sa démission et M. Louis Simpson, ancien gérant, a été nommé à sa place. M. Simpson avait quitté ses fonctions de gérant il y a bientôt cinq ans après s'être fait une réputation des plus enviables dans l'industrie cotonnière du Canada.

La rumeur d'une grève prochaine dans les filatures du Lancashire vient d'être démentie. Les patrons qui voulaient faire une réduction de 5 p. c. sur les salaires ont abandonné ce projet et ont fait une entente avec leurs ouvriers, entente qui restera en vigueur jusqu'au 1er Mars 1906.

Prix des Indiennes de la manufacture de Magog pour la saison du Printemps 1906:

Prints—H. 24, 25 in., light colors, and navy	054
Prints—No. 1, 26 in.	065
Prints—No. 2, 28 in.	071
Prints—H.P., 31, 32 in.	08
Prints—F.P., 31 in.	094
Prints—C., 32 in.	10
Prints—D.C., indigo, 32 in.	10
Prints—G.C., indigo, 31 in.	123
Prints—A.A., 27 in.	10
Shirts—XXX, 40 in.	10
Drill—Durban drill, 28 in.	11
Drill, 408 drill, 33, 34 in.	10
Drill—350 drill, 33, 34 in.	10
Drill—300 drill, 33, 34 in.	107
Drill—265 drill, 33, 34 in.	12
Drill—265 drill, 33, 34 in.	131

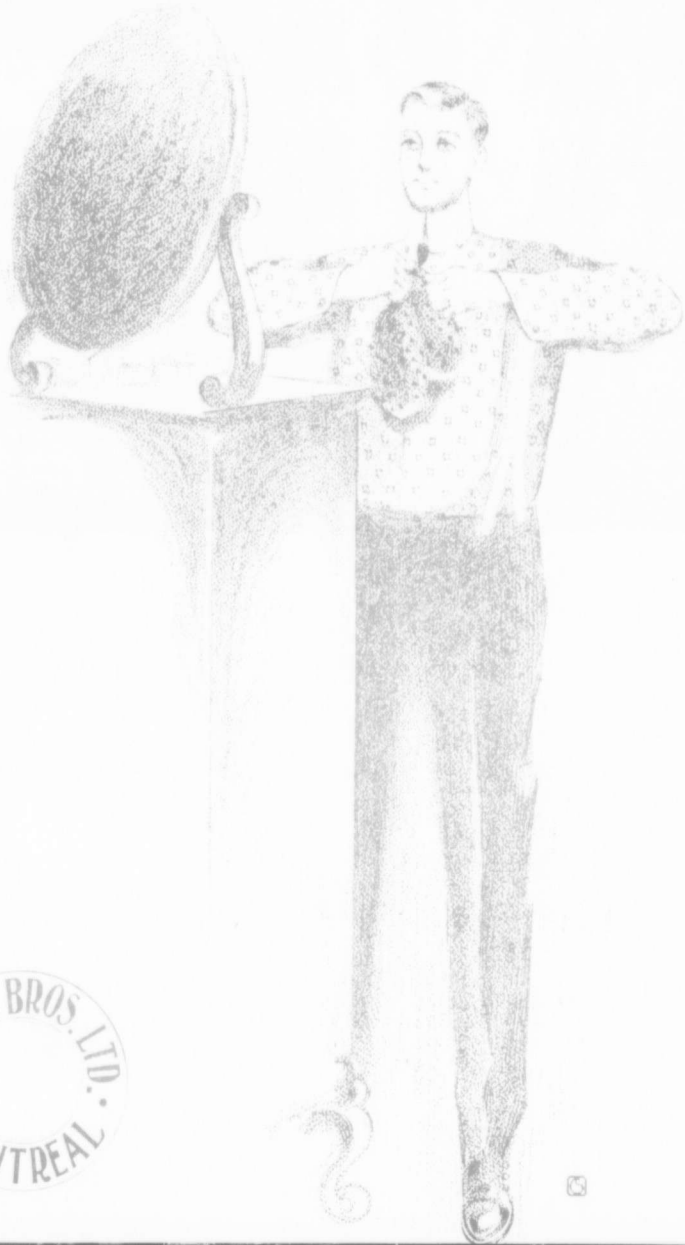
TISSUS ET NOUVEAUTES

# TOOKE'S COLLARS AND NECKWEAR



TISSUS ET NOUVEAUTES

# TOOKE'S SHIRTS



TOOKE BROS. LTD.  
MONTREAL





Batiste, 28 in. . . . .	.08
Jasmin cordé, 29 in. . . . .	.08
Schreiner, 32 in. . . . .	.11
Matalasse, 32 in. . . . .	.12
Violette, 32 in. . . . .	.10
Stripes—Toklo stripes, 26 in. . . . .	.12
Stripes—Mercerized Jap stripes, 28 in. . . . .	.15
Suitings—Sateen, 30 in. . . . .	.10
Suitings—Summer suitings, 28 in. . . . .	.09
Suitings—S.B. flanellette, 26 in. . . . .	.06
Bunting, 24 in. . . . .	.06
Flags, 24 in. . . . .	.06
Twill cretonnes, 27 in. . . . .	.08
Oatmeal cretonnes, 30 in. . . . .	.10
Sateen cretonnes, 32 in. . . . .	.10

MM. A. O. Morin & Co., offrent à des prix très réduits une belle collection de flanellettes pour robes d'enfants; ces marchandises sont dans les dessins les plus nouveaux et dans les nuances les plus attrayantes.

MM. Grenshields Limited mettent entre les mains de leurs représentants, à partir de la première semaine d'Octobre, les échantillons d'indienne de la célèbre marque "Crum."—La maison conseille aux marchands de placer leurs commandes de bonne heure étant donné qu'une avance de prix peut se produire inopinément.



La production du Mufler Scott pour les Orelles et la Poltrine, vendu par la Dominion Suspender Co. est presque complètement épuisée. Cet article a été plutôt une surprise pour le Commerce, fait d'un tissu tout laine, dans un nouveau dessin, d'une belle construction, il peut être détaillé à 50c. La production de la Manufacture sera augmentée pour la saison prochaine.

Le Mufler Bijou pour Dames, fait par la Niagara Neckwear Co., est l'article pour Dames le plus élégant et le plus nouveau.

#### J. H. Mishkin & Co.

Les blouses "Reliable", la marque de cette maison, se font des amis tous les jours; cela est dû aux tissus corrects et de confiance; à la coupe parfaite, au style correct et à la bonne main-d'oeuvre. Les ordres pour l'Automne sont entièrement satisfaisants, et la maison prétend qu'un coup d'oeil jeté sur ses échantillons convaincra le plus sceptique.

M. Mishkin, propriétaire de la marque "Reliable" se fait une réputation enviable dans le commerce par sa courtoisie exceptionnelle en affaires. C'est un des pionniers du commerce des blouses de soie au Canada et connaît parfaitement les exigences de ce marché.

Une des spécialités de la maison et qui acquiert une faveur méritée, c'est une ligne de blouses en batiste de laine, dont le prix varie de \$29 par douzaine au montant. Le numéro à \$24 est décrit comme article exceptionnel. Ce tissu est plus léger que de la flanelle et est supérieur au coton. On peut aussi le laver, et on le trouve dans une série complète de couleurs, généralement en effets genre tailleur.

#### The China and Japan Silk Co., Limited

Baucoup de lignes du Printemps de cette maison sont maintenant offertes au commerce et les détailliers sont invités à donner de bonne heure de bons ordres d'importation, car les prix sont très fermes et durciront probablement. Les matings, rugs en jute et rugs de coton de Chine et du Japon sont en quantités plus grandes qu'ils n'ont encore été vus au Canada. Les ordres pris par cette firme, pendant la dernière saison, lui assurent une continuation de prospérité. Bien que cette maison soit de fondation relativement récente, elle s'est acquise une réputation enviable dans le commerce. Les soieries Japonaises méritent une attention sérieuse. Le nombre des nouveautés Japonaises est au-delà de toute description, et l'assortiment a besoin d'être vu pour être apprécié. La nouvelle et spacieuse demeure de cette compagnie, au premier étage du No 290, rue St-Jacques Montréal, est pleine de suggestions avantageuses pour les acheteurs avisés.

Les échantillons de Soieries et Formes d'Automne, production de la Niagara Neckwear Co., sont entre les mains de ses voyageurs.



M. J. Franklin, de la North Western Fur Co., dit que l'on a tout lieu d'être satisfait des apparences pour le commerce d'automne. Malgré les prix relativement élevés, les fourrures cette année seront plus portées que jamais. En ce qui concerne les prix, les dernières ventes à l'encan tenues à Londres établissent de nouvelles augmentations sur certaines fourrures; ainsi le Monton de Perse a augmenté de 25 p. c.; le Vison et la Loure ont augmenté dans les mêmes proportions et le Chat Sauvage de 15 p. c.

M. Louis Decelles, représentant MM. Strachan Bros, nous dit que les chapeaux durs de couleur noire conservent comme par le passé leur grande vogue; les formes, cet automne, sont sensiblement les mêmes que celles du Printemps dernier, on remarque peut-être que les bords sont plus cambrés et plus étroits.

La North Western Fur Co., rue St-Paul, Montréal, a l'assortiment le plus complet de fourrures que l'on puisse trouver à Montréal. Les prix cotés supportent très avantageusement la comparaison avec ceux des autres maisons; la compagnie ayant eu la précaution de s'approvisionner avant la dernière hausse.

La maison J. Arthur Paquet, de Québec, vient de publier son catalogue de événements en fourrures, manteaux, pardessus, colerettes, boas, collets, manchons, étoles, pélerines, casques, fourmaines, gants, mitaines, etc. pour la saison d'hiver 1905-06.

Ce catalogue de 40 pages entre couverture devrait être dans les mains de tous les marchands intéressés dans ces articles.



M. R. A. Brock, gérant de la W. R. Brock Co. Ltd, de Montréal, constate que jusqu'à présent les commandes pour le commencement de Septembre ont été très nombreuses. La situation générale est des plus satisfaisantes; une grande confiance dans l'avenir semble régner à travers tout le Canada; on se base sur le fait que non-seulement les récoltes ont été abondantes mais en outre que, depuis bien longtemps, les fermiers n'ont pas obtenu une moyenne de prix aussi élevée pour leurs produits.

Les hausses répétées et les hauts prix qui régissent actuellement les marchés de cotonnades et de lainages ont fait que les marchands ont placé de bonne heure leurs commandes pour les besoins immédiats et futurs, dans la crainte d'une augmentation éventuelle de ces prix.

Le 23 Août dernier a eu lieu à Québec, au Château Frontenac, une assemblée des manufacturiers et des marchands en gros de chausures. Ils ont formé une association portant le nom de "Wholesale Shoe Association of Canada."

Les officiers suivants ont été nommés: M. James Robinson, président; MM. Ritchie et Hamilton, Pride, Klugour, Erskine, vice-présidents, M. Hagar, trésorier et M. Wall, secrétaire.

# Geo. H. Hees, Son & Co.

LIMITED.

TORONTO et MONTREAL.

MANUFACTURIERS DE

Stores de Chassis

Articles pour Meubliers

Rideaux en Tapestry

Rideaux en Point de  
Bruxelles

Poles et Garnitures

Avant de se séparer les membres ont adopté la résolution suivante: Etant donné les hauts prix des matières premières employées dans la manufacture de chaussures il est absolument nécessaire d'augmenter les prix de vente de ces marchandises.

M. J. L. A. Racine, de MM. Alphonse Racine & Cie, nous avise que les affaires sont tout aussi actives que pendant le mois passé. La demande pour les marchandises d'automne telles que les sous-vêtements et les flanellettes est des meilleures.

Les prix sont fermes sans exception aucune. Quant aux paiements, ils ne donnent pas lieu à des plaintes.

D'après M. A. O. Morin, les affaires continuent à être assez satisfaisantes, et il y a eu depuis quelques semaines un certain réveil dans le commerce de détail de Montréal; quant à la collection elle n'est que passable.

Les prix de toutes les marchandises sont très fermes quand ils ne sont pas à la hausse. La demande actuelle porte sur la bonneterie et sur les draps imperméables pour la confection des manteaux et parlessus.

Un marchand nous fait remarquer que la tendance pour les nouveautés, en fait de marchandises, est pour ainsi dire excessive. Ainsi, dans les tissus de laine et de coton, il est pour ainsi dire impossible d'obtenir que les ordres de répétition soit exécutés à la lettre; on fournit difficilement des marchandises absolument identiques à celles des premiers envois.

La ville de Arnprior vient de voter un bonus de \$35,000 à la Allied Manufacturing Companies qui, en conséquence, va immédiatement faire construire dans cette ville une importante manufacture de chemises qui prendra la place des manufactures existant à l'heure actuelle à Montréal, Sorel et Hull.

Par suite de cette extension l'Allied Manufacturing Companies sera en position de consacrer dans sa manufacture de Montréal un espace beaucoup plus grand au département des sous-vêtements pour dames, ainsi qu'aux manufactures de parapluies et de bretelles, ce qui d'ailleurs était devenu absolument nécessaire par suite de la grande augmentation de la demande pour ces articles.

MM. Greenshields Limited nous informent que les affaires sont actuellement très actives; les paiements sont de premier ordre et bien meilleurs que l'année dernière à pareille époque. Ce qui fait que l'on s'attend à une excellente saison d'Automne.

MM. L. Hirshson & Co. rapportent que les affaires sont très passables; la demande porte sur toutes les marchandises d'automne, tels que les sous-vêtements en laine, la bonneterie, les châles, les foulards, etc., etc.

Les paiements sont réguliers.

Le représentant de la Hudson Bay Knitting Co. rapporte une grande activité dans les affaires; les livraisons pour l'Automne se font dans d'excellentes conditions.

Les prix des matières premières, surtout ceux des cuirs augmentent dans de fortes proportions.

Les paiements vont en s'améliorant.

M. J. S. Léo, directeur gérant de la New-York Silk Waist Mfg Co., rapporte une bonne activité dans les affaires.

La demande porte sur les blouses en taffetas unis et carotés et sur les flanelles françaises.

Nous attirons l'attention des lecteurs de "Tissus et Nouveautés" sur l'annonce de M. F. St-John. Ainsi qu'on pourra le voir, cette maison s'occupe exclusivement du placement des jobs de toute nature, aussi bien dans la marchandise sèche proprement dite, que dans les fourrures, etc.

# ARLINGTON

Faux-Cols, Manchettes, etc., à l'épreuve de l'eau.



Supérieurs aux articles en toile.

En avez-vous en stock? Si non, pourquoi pas?

Ils sont de la fabrication la plus parfaite.

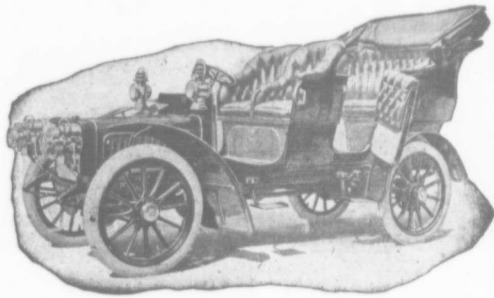
Le plus grand assortiment  
de styles et de qualités.

EN VENTE DANS TOUTES LES MAISONS DE GROS.

Agent pour l'Est: DUNCAN BELL, - - Montréal.

Agent pour l'Ouest: JOHN A. CHANTLER, Toronto, Can.

# Automobiles Decauville



La voiture  
de choix  
des  
Connaisseurs

Garantie  
pour  
365 jours

**Les Machines les plus parfaites au monde.**

Tous ceux que cela intéresse devraient venir les voir au

## Victoria Skating Rink

ENTRÉE PAR LA RUE STANLEY, EN  
ARRIÈRE DE L'HOTEL WINDSOR. . .

*Livraison Immediate.*

### Canadian Motor Car Company

Les jobs offerts par M. St-John sont vraiment des occasions, car les prix qu'il cote sont toujours en dessous de ceux des manufacturiers. M. St-John est également sur le marché pour l'achat de n'importe quelle balance de stock et il paie comptant les plus hauts prix.

MM. Tooke Bros. Ltd donnent une attention toute spéciale à la fabrication des vestes d'été, des pantalons en duck et des gilets pour commis de bar et waiters. Ces articles ont eu un tel succès que MM. Tooke Bros. Ltd ont grande peine à suffire à la demande.

Nous recommandons aux marchands progressifs d'examiner cet assortiment qui est d'une vente facile et qui laisse une belle marge de profits.

Nous apprenons avec regret que M. A. Jobin un des voyageurs de commerce les plus connus de Montréal, a été victime, à St-David d'Yamaska, vers le commencement de Septembre, d'un accident qui aurait pu avoir des suites très graves.

D'après les dernières nouvelles, M. Jobin est en pleine voie de guérison et il espère pouvoir reprendre la route prochainement.

M. A. Jobin est un des plus anciens voyageurs de MM. Kyle, Cheesbrough & Co, qu'il représente avec un grand succès sur les deux rives du St-Laurent situées en-dessous de Québec. Pendant son absence forcée, M. A. Jobin a été remplacé par M. Roy.

M. B. B. Cronyn, vice-président de la W. R. Brock Co, Ltd, est de retour au Canada depuis le 10 Septembre pour y procéder à l'installation de la nouvelle agence que la Compagnie vient d'ouvrir à Londres sous la direction de M. A. Hewat, autrefois acheteur pour la W. R. Brock Co Ltd de Montréal.

Examinez ces jobs — il y va de votre intérêt!

MM. L. Hirshon & Co., 1782. Rue Notre-Dame, Montréal, ont la réputation d'offrir au commerce les jobs les plus profitables. Ils viennent de recevoir d'Angleterre une grande quantité de marchandises qu'ils offrent à des conditions de bon marché jusqu'à présent inconnues au Canada.

Parmi ces importations, nous relevons des vêtements pour enfants, capelines avec capuchons pour dames, jerseys pour dames, parapluies, châles, sous-vêtements de coton et de laine; en un mot, tout l'assortiment des marchandises sèches. Ils sollicitent votre visite.

#### PERSONNEL

—M. E. Perreault, voyageur de M. M. L. Hirshon & Co., est de retour à Montréal après un voyage d'affaires dans le Haut-Canada.

—M. T. J. Bernier, représentant la maison C. X. Tranchemontagne, visite actuellement le commerce des Cantons de l'Est.

—M. F. A. Rodden, acheteur de MM. Brophy, Cains Ltd, qui est actuellement en Europe sera prochainement de retour.

—M. James Alexander, président de la S. F. McKinnon & Co, Ltd, a visité Montréal au commencement du mois de septembre.

—M. David Nadeau, représentant la maison C. X. Tranchemontagne, fait actuellement un voyage de placement dans l'Ontario. La tournée de M. Nadeau s'étendra jusqu'au Sault Ste-Marie.

—M. John Milne, acheteur du département des merceries de MM. John Macdonald & Co., est de retour d'un voyage en Europe.

—M. Louis Champeaux, représentant la maison A. O. Morin & Cie, prend actuellement des commandes de rassortiment auprès du commerce de Montréal.

—M. R. J. Mathieu, représentant la maison Chaley et Orkin, est actuellement en tournée d'affaires dans le district du Nord.

—M. A. O. Morin a fait une visite d'affaires d'une durée de 8 jours à Québec et dans le district environnant, au commencement de Septembre.

—M. Norman Paillet, acheteur de MM. A. Racine & Cie, est de retour à Montréal après une absence de deux mois et demi passés sur les principaux marchés d'Europe.

—M. Gustave Barette, de MM. E. O. Barette & Cie, voyage actuellement dans la partie est de l'Ontario.



## Laine à Tricoter BEE HIVE

(Ruche d'Abelles)

Fabriquée par

# J. & J. BALDWIN & PARTNERS, Limited.

HALIFAX, Angl.

Les plus anciennement établis et les plus grands Filateurs dans

TOUS LES GENRES DE LAINE A TRICOTER

### CONNUS DANS TOUT LE MONDE CIVILISE

Laine Fine d'Ecosse  
Laine Tordue  
Laine Fine Petticoat  
Laine Mérinos Souple  
Laine Fine de Berlin  
Laine Fine Balmoral

Laine Fine Mérinos  
Laine Souple à Tricoter  
Laines à Gilets, Laines Soyennes  
à Gilets  
Lady Betty  
Shetland

Andalousie  
Laine de Cocons et d'Eider  
Ivorine  
Toison  
Drosé  
Laine à Raccommoeder

Toutes de la marque "Bee Hive"; aussi laine fine d'Ecosse à Lettre Rouge BB.

Spécialement adaptés pour le tricot à la main et à la machine. Nous prétendons qu'elles donnent un meilleur rendement et durent plus longtemps que n'importe quelle autre marque.

Nouvelles qualités: Laines Cocon, Ivorine et Eider "Bee Hive."  
EN GROS SEULEMENT. DEMANDEZ DES ECHANTILLONS

AGENT :

## DUNCAN BELL,

MONTREAL et TORONTO.

**Au Commerce  
de la Ville**

M. Nap. Miaguy a l'honneur de prier tous les marchands tailleurs de la Ville et de la banlieue de Montréal de ne pas acheter leurs doublures en fourrures, Mouton de Perse, Vison et Loutrre avant d'avoir visité l'établissement de la North Western Fur Mfg. Co. qui a une ligne complète de fourrures à des qualités et à des prix qui satisferont tous les acheteurs.

M. Jos. Gauthier a commencé à visiter le commerce de la Ville.

**Au Commerce  
de la Campagne**

Ne placez pas vos ordres en fourrures avant d'avoir reçu la visite de M Pantaléon Jobin qui commencera sa tournée en Novembre avec les lignes les plus complètes de fourrures.

**The North Western Fur Mfg Co.**  
393 Rue St-Paul,  
**MONTREAL.**

—M. J. F. Hughes, de la China & Japan Silk Co., Ltd, de Montréal, vient de faire un voyage d'affaires dans les Provinces Maritimes.

—M. J. W. Howard, autrefois secrétaire de la Montréal Cotton Co., est mort à Chambly-Canton le 26 Août dernier. Le défunt était âgé de 83 ans.

—M. W. R. Bruyère, représentant la maison Edward McConnell & Co, toiles en gros, à New-York a visité le commerce de Montréal vers la fin du mois d'Août.

—M. Joseph Mayor qui a occupé pendant de longues années des fonctions importantes à la Canada Cotton Mills de Cornwall vient de décéder.

—M. T. P. Williams, acheteur du département de MM. Greenshields Ltd, est de retour à Montréal après un voyage d'achats en Europe.

—M. C. X. Tranchemontagne fera prochainement un voyage d'affaires à Québec et dans le district environnant.

—M. G. B. Fraser, de la MM. Greenshields Ltd, qui est actuellement en Europe, sera de retour à Montréal au commencement du mois d'Octobre.

—M. Napoléon Robitaille, voyageur de MM. H. Geo. Hees, Son & Co, visite actuellement la clientèle de Montréal avec les échantillons pour la saison d'Automne.

—MM. F. Cairns et Jos. Brophy, de MM. Brophy, Cairns Co. Ltd, ont passé plusieurs jours à Ottawa, lors de l'exposition.

—M. I. Mishkin, le fabricant bien connu de blouses pour dames est de retour à Montréal, après avoir passé une semaine à New-York.

—M. Jos. Roussseau, représentant MM. Brophy, Cairns Co Ltd, a tout dernièrement fait un voyage de placement dans le district de Trois-Rivières.

—M. Louis Decelles, représentant MM. Strachan Bros dans la province de Québec vient de faire un voyage dans les Cantons de l'Est.

—M. Wm. Alexander, de MM. S. F. McKinnon & Co est actuellement en New-York pour y faire les achats des dernières nouveautés d'automne.

—M. W. R. Brock, président de la W. Brock Co. Ltd, vient de faire un voyage d'affaires à travers la Nouvelle-Ecosse et le Nouveau-Brunswick.

—M. O. Létourneau, de la maison A. M. McDougall & Co, a passé la première semaine de septembre dans la partie ouest de l'Ontario, la clientèle de la maison augmente considérablement dans cette province.

—M. Fred. Caldecott, de M. Debenham, Caldecott & Co, a assisté aux ouvertures de modes tenues par la maison dans la ville d'Ottawa.

—M. J. M. Landry, représentant MM. A. McDougall & Co, dans la ville de Québec, a passé plusieurs jours à Montréal au commencement du mois.

—M. J. Palmer, acheteur de MM. Debenham, Caldecott & Co, est actuellement en Europe.

—M. F. X. de Grandpré, est de retour à Montréal après avoir passé plusieurs jours à New-York où il était allé choisir les dernières nouveautés en fait de chapeaux.

—M. H. S. Arnold, de la New-York Silk Waist Mfg Co., vient de faire un excellent voyage d'affaires à Toronto.

—M. A. R. Wilson, chef du département de la publicité de MM. Greenshields Ltd, est de retour à Montréal après avoir passé plusieurs semaines à Old Orchard Beach, Maine.

—M. G. Ferrier Torrance, représentant la maison Geo. H. Hees, Son & Co, vient de partir pour une tournée d'affaires dans les cantons de l'Est.

—M. E. B. Greenshields vient de passer plusieurs semaines à Cacouana.

—M. E. S. Wadsworth, représentant la New-York Silk Waist Mfg Co, visite actuellement le commerce de l'Ontario avec les échantillons pour l'Automne.

—M. E. Foster, acheteur européen de MM. Tooke Bros Ltd, partira pour les vieux pays dans le courant du mois d'Octobre.

—M. R. Lucas, trésorier de la Hudson Bay Knitting Co., est de retour à Montréal après une absence de quelques semaines.

#### SOCIÉTÉ DES MARCHANDS DÉTAILLEURS DE NOUVEAUTES

Il ya eu une assemblée des Marchands Détailliers de Nouveautés, le 15 Septembre, sous la présidence de M. J. O. Gareau. Parmi l'assemblée nombreuse nous avons remarqué : MM. O. Lemire, A. Rouleau, l'échevin Couture, A. Fleury, F. Lemieux, W. U. Boivin, etc., etc.

La séance fut entièrement consacrée à la lecture de la constitution de la nouvelle Association des Marchands Détailliers du Canada, société qui est appelée à remplacer la Fédération.

M. J. A. Beaudry donne lecture de cette constitution qui est adoptée et l'assemblée s'ajourne.

MM. E. O. Barretts & Cie Temple Building, Rue St-Jacques, Montréal, nous prient de porter à la connaissance du public qu'ils sont les agents exclusifs pour la vente des produits de la Dominion Suspender Co Ltd et de la Niagara Neckwear Co dans la province de Québec et compris la ville de Québec.

Il y a lieu de ne pas tenir compte d'une note imprimée page 12..., dans le présent numéro où il est dit que les deux maisons ci-dessus ne sont pas représentées à Québec par MM. E. O. Barrette & Cie.

Lignes de **JOBS** Importées  
dans toutes les catégories de

**Marchandises Seches et  
d'Articles de Fantaisie**

Anglais, Français, Belges, Suisses, Autrichiens et Allemands

**L. HIRSHSON & CO.,**

1782 rue Notre-Dame, MONTREAL

Tél. Bell, Main 2715.

Tél. Marchands, 836.

NOS Voyageurs offrent main- "MARQUE MAPLE LEAF"  
tenant notre fameux



Maple Leaf Brand

**BAS, DEMI-BAS, BAS DE DESSUS et BELLES MITAINES**

pour le commerce de détail seulement.

Ne manquez pas de voir les échantillons de notre marque bien connue avant de donner notre ordre pour l'automne 1906.

**The Coderich Knitting Co., Limited, Coderich, Ont.**

ETABLIE EN 1896.

J. E. LEWITT, Gérant.

A. L. GILIN, Agent de vente pour la Province de Québec,  
22 Victoria Chambers, 232 rue McGill, MONTREAL.

LA

# “Ligne Menzie”

UNE COLLECTION DE PAPIERS FAITE  
POUR SATISFAIRE LES DEMANDES DU  
PUBLIC ET LES EXIGENCES PRATIQUES  
DU COMMERCE DECORATIF DANS TOUT  
LE CANADA.

EFFETS ARTISTIQUES,  
COULEURS SUPERIEURES,  
VALEURS EXCEPTIONNELLES.

- NOUS NE SOMMES PAS DANS LA COMBINE  
- NOUS FIXONS NOUS MEMES NOS PRIX

ECRIVEZ AUJOURD'HUI POUR DES ECHANTILLONS.

THE

**MENZIE WALL PAPER CO.,**  
LIMITED

TORONTO, CANADA.



## LA PUISSANCE DU SAVOIR

Le jeune garçon qui a son avenir tout tracé ou qui, dans une certaine mesure, a quelqu'un de sûr pour l'aider et le guider dans la période décisive de sa vie où la sève se développe dans l'arbre, est un individu heureux. L'arbre croît dans la direction de la sève: c'est un axiome. On attache une grande importance aux luttes qu'ont eu à soutenir, dans le commencement de leur vie, certains grands hommes qui sont devenus célèbres dans l'histoire. Mais il faut se rappeler que ceux-ci ont été peu nombreux et que beaucoup de grands hommes ont eu à leur disposition ces années de leur jeunesse pour étudier et pour jouir de la vie sans ces cruelles privations. Il est vrai que le frottement de l'acier contre la pierre à feu détermine l'étincelle qui allume l'incendie; mais, d'un autre côté, le feu est souvent de nul effet. Nous dirons encore que le jeune homme qui voit son chemin clair dans la vie et qui entre d'une manière sûre dans une affaire ou dans une profession a la chance pour lui. C'est l'autre côté de la question que nous voulons considérer.

Des milliers de jeunes gens sont obligés de faire leur chemin sans l'aide, ni l'influence d'amis ou de parents. Leur premier effort consiste à gagner leur vie, et beaucoup n'arrivent jamais à percevoir parfaitement le but véritable de la vie. Ils manquent d'instruction et ne s'en rendent pas compte. Ils voient qu'ils occupent des positions laborieuses et malheureusement payées sans avoir une compréhension claire du pouvoir que possède un esprit cultivé.

Le premier commandement de "Success" que ces gens-là

doivent apprendre est celui-ci: "Lisez des livres." L'instruction révèle les aspirations endormies; elle amène dans l'univers un monde d'idées brillantes qui ne peuvent jamais exister pour l'ignorant. Outre le vif plaisir intellectuel que donne le savoir par lui-même, le savoir marche de pair avec l'ambition et, là où l'ambition existe, il y a un mouvement continu et avant et progressif.

Avec le savoir général, vient le désir de chercher une spécialité vers laquelle toute la force intellectuelle puisse être dirigée. Cela veut dire perfectionnement dans un métier; cela signifie satisfaction, richesse, loisir, plaisir à voyager, appréciation plus intime des beautés de la nature et de l'art, et une vie bien ordonnée. L'acquisition du savoir implique du travail, mais sa récompense est abondante; elle est à la fois tangible et intangible. Beaucoup de personnes profitent peu des occasions; ceux qui doivent créer les occasions sont ceux qui probablement en profiteront. Il n'y a pas de place qui vaille la peine qu'on s'y arrête tant que le talent n'a pas été développé à son plus haut point de perfection, et toute la force dont nous sommes animés n'a pas été employée au meilleur avantage. Le succès ne s'obtient pas par le repos et par le mécontentement; mais c'est le développement continu de l'élément dont nous sommes partis, c'est le progrès pas à pas et une détermination de lutter sans cesse.

La bonne fortune est la compagnie du travail.

Tout réussit à celui qui ne perd pas de temps.

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



MON PLESSIS  
"Ayons un ardent amour pour les véritables intérêts de la Patrie."



LAFONTAINE  
"Affirmons nos droits"



CHAPLEAU  
"N'allons pas négliger nos avantages."

## PRINTEMPS 1906

Adressez-vous à notre Maison pour tous vos achats

et vous aurez découvert le chemin du Succès.

Nos voyageurs sont actuellement en route avec les plus hautes nouveautés pour le Printemps 1906 et l'assortiment pour l'Automne 1905,

**Draperies Anglaises et écossaises**  
**Tissus à Pardessus Unis et de Fantaisie**

VOYEZ NOS

Fournitures en tous genres pour Tailleurs

DEMANDEZ A VOIR NOS

**Vecunas, Cheviots et Serges Noirs:**

Notre Spécialité.

Cela vous paiera d'examiner nos marchandises sous le rapport de la Nouveauté, de la Variété, de la Qualité et des Prix, avant de donner vos commandes.

ATTENDEZ NOS VOYAGEURS OU, A LEUR DEFAUT, ECRIVEZ-NOUS:

**C. X. TRANCHEMONTAGNE**

315, RUE SAINT-PAUL

**MONTREAL.**

Une race doit être maîtresse des institutions qui reçoivent ses épargnes.

L'UNION FAIT LA FORCE



PAPINEAU  
"Donnez la préférence aux Produits canadiens"



CARTIER  
"Travaillons pour le maintien de nos institutions."



MERCIER  
"Employons notre énergie à développer nos ressorts."



Les Célèbres  
**CORSETS**

**P. D.**

Sont l'étalon reconnu de tous les **CORSETS** de **Haute Classe**. Ils ont sans aucun doute les plus grandes ventes dans tous les pays. Ceci a été obtenu uniquement par le mérite et les hautes qualités des marchandises.

**KONIG & STUFFMANN**

11 Carré Victoria - MONTREAL

Seuls agents pour le Canada.

**M<sup>ON</sup>. ALBERT**, Direction, 6 Rue Favart, PARIS, 2<sup>e</sup> Arr. MEMBRE DU JURY HORS CONCOURS

**LE COQUET** (38<sup>e</sup> ANNÉE) JOURNAL DE MODES.

De tous les journaux de modes est le plus complet, car il renferme: des-ains inédits, patrons coupés et à décalquer, travaux de dames et de maisons conseils d'hygiène, renseignements, littérature, chronique mondaine et industrielle, menus recettes, loisirs, gravures colorées, et 2 grands panoramas courtes par an à partir de l'Édition No. 4.

SE PUBLIE EN SEPT ÉDITIONS

ÉDITION POSTALE	1 an	6 mois	3 mois
1 (Bimensuelle)	18,-	7,50	4,50
2 (Bimensuelle)	24,-	12,-	8,-
3 (Hédomadaire, simple)	18,-	9,50	5,-
4 (Hédomadaire, la plus répandue)	20,-	10,-	5,-
5 (Hédomadaire)	40,-	21,-	12,50
6 (Hédomadaire)	50,-	26,-	15,-
7 (Hédomadaire, Luxe) avec 2 albums par an	60,-	34,-	18,-

**LE JOURNAL DES MODISTES** (36<sup>e</sup> ANNÉE) Paraît 2 fois par an

SE PUBLIE EN DEUX ÉDITIONS

Journal professionnel exclusivement édité pour les maisons de Modes et publiant que des modèles inédits; Édition étrangère No. 1: 1 an 13 fr.; 6 mois 7 fr. 50; 3 mois 4 fr. 50; No. 2 les descriptions sont en 6 langues (Union postale) 1 an 18 fr.; 6 mois 10 fr.; 3 mois 6 fr.

**LE JOURNAL DES LINGÈRES** (14<sup>e</sup> ANNÉE)

LINGERIES, CHAPEAUX, ENFANTS, LAYETTE

PARAISANT LE 10<sup>e</sup> DE CHAQUE MOIS:

Union postale: Un an 8 fr., avec une gravure de chapeaux colorés en plus, 10 fr. On ne s'abonne pas pour moins d'un an.

**LES SILHOUETTES PARISIENNES** 1<sup>re</sup> ANNÉE

ÉDITION DE GRAND LUXE

Paraît le 1<sup>er</sup> de chaque mois - pendant 7 mois - 3 mois d'hiver et 4 mois Été. Chaque N<sup>o</sup> se compose d'un texte de 8 pages, illustré de nombreux dessins. 2 gravures colorées - 1 patron découpé - Panoramas de Saisons: 7 mois 20 fr.; 4 mois 15 fr.; 3 mois 14 fr.; un N<sup>o</sup> seul 5 fr.

**Suppléments.** Moyennant un supplément annuel de 2 fr., les abonnés de la France et de l'Étranger, aux Éditions 1, 2, 3, peuvent recevoir les deux grands panoramas, tirés sur papier fort et coloriés à l'aquarelle, paraissant les 1<sup>er</sup> Avril et 1<sup>er</sup> Octobre.

**La Direction** peut aussi envoyer, contre la somme de 10 fr., les 2 magnifiques albums de blouses, corsets, etc., plus de 10<sup>0</sup> modèles, qu'elle publie pour les Saisons d'Été et d'Hiver.

**Édition mixte** pour Robes et Modes. Moyennant un supplément annuel de 10 fr. pour la France et 12 fr. pour l'Étranger, on peut faire passer, dans le premier numéro de chaque mois, 4 planches colorées, spécialement de modèles de chapeaux, soit 48 planches par an.

**PARIS FIGURINE** 28<sup>e</sup> ANNÉE ÉDITION DE LUXE

PARAIT 2 FOIS PAR MOIS: SE PUBLIE EN DEUX ÉDITIONS

Journal de modes spécial de figurines.

Édition No. 1, Étranger: 1 an 28 fr.; 6 mois 15 fr.; 3 mois 9 fr. 50.

Édition No. 2, Étranger avec 2 albums par an: 1 an 11 fr.; 6 mois 21 fr. 50; 3 mois 15 fr. 25.

Gravures et Travaux finis - 3000 costumes. Patrons ordinaires et nouveaux (mousseline et papier) Demandes le catalogue MANNEQUINS. On s'abonne également chez tous les libraires de France, et de l'Étranger et aux Bureaux de poste au Messageries. ENVOI GRATUIT D'UN N<sup>o</sup> SPECIMEN SUR DEMANDE AFFRANCHIE.

## LE TRAVAIL DES HOMMES ET DES FEMMES

Pendant la dernière moitié du dernier siècle, de nombreuses et nouvelles branches de l'industrie ont été ouvertes au travail de l'homme, par l'application aux opérations minières et aux moyens de transport de nouvelles inventions en électricité; le champ des emplois pour l'homme a été ainsi agrandi, de sorte qu'on peut difficilement dire que les femmes encombrèrent les situations.

Il s'est produit un changement dans les emplois, mais la balance s'est tenue en équilibre dans la division de la main-d'œuvre.

Le résultat général a été une multiplication des occasions pour acquérir de l'instruction et de l'indépendance, et hommes et femmes ont bénéficié du travail de la femme.

Les femmes ont en réalité monopolisé les situations de clavigraphes, à cause de leur aptitude spéciale pour ce genre de travail. Connaissant les salaires payés aux clavigraphes, j'ai souvent demandé pourquoi les hommes étaient exclus de ces situations, et on m'a toujours répondu que les hommes ne font pas d'aussi bons clavigraphes que les femmes, écrit Clarinda M. Cope.

Dans un bureau où je remarquai sur la liste de paie que des femmes recevaient jusqu'à \$125 par mois chacune, je posai la même question et on me répondit que les hommes ne faisaient pas l'affaire.

Parmi les sténographes et clavigraphes des Etats-Unis, 76 pour cent sont des femmes; parmi les instituteurs 67.4 pour cent sont des femmes et cette proportion s'élève même à 91 pour cent dans certains états de la Nouvelle Angleterre.

Bien que le nombre des femmes entrant dans les industries augmente, elles prennent simplement la place des enfants. Le nombre des enfants employés dans les industries manufacturières a été en décroissant constamment, et ils ont été

exclus complètement de certaines industries; des femmes les ont remplacés.

Si on défendait à toutes les jeunes filles âgées de moins de seize ans de travailler dans l'industrie des vêtements, elles seraient remplacées par des femmes et non par des hommes.

Il en serait de même des positions occupées par les jeunes filles dans les magasins, si ces positions devenaient vacantes. Si des commis gagnant des salaires élevés étaient employés à un comptoir de rubans ou de dentelle, la dépense supplémentaire qui en résulterait devrait nécessairement être ajoutée aux prix des marchandises.

## L'INSTRUCTION DE L'HOMME D'AFFAIRES

Une éducation étroite et médiocre n'est pas suffisante pour l'homme d'affaires. Il a besoin d'une éducation plus large même que l'avocat ou le médecin. La science des affaires comprend beaucoup d'autres sciences. C'est plus que de l'économie politique. Elle renferme la science morale, car on rencontre de délicates questions d'honneur; l'histoire, car l'homme d'affaires doit connaître quelles ont été les luttes de l'humanité dans le passé; la psychologie, car il doit apprendre à deviner les besoins de la race humaine; les langues vivantes, car il a affaire à des personnes de toutes les nationalités; les mathématiques et l'art de calculer, car il doit être systématique et exact; la loi, car en tout temps il doit se conformer aux coutumes établies par les législatures et les tribunaux; la géographie agricole et commerciale, car elle dévoile les secrets de la matière brute; les éléments de la physique et de la chimie, car ces deux sciences sont continuellement employées dans la production des articles qu'il a entre les mains; il doit même avoir des éléments d'esthétique, car le goût public ne doit pas être offensé, dit "Business World."

Comment quelqu'un pourrait-il penser qu'une éducation

## HIVER 1906

Manteaux en Frieze, Drap, etc.  
Collerettes et Manteaux  
doubles en Fourrure, Jupes en  
Drap, Tweeds, etc.  
Costumes Noirs et de Couleur.

TOUS LES MODELES LES PLUS NOUVEAUX

**Special : Manteaux  
d'enfants.**

ECHANTILLONS SOUMIS SUR DEMANDE, SI  
LES VOYAGEURS TARDAIENT A VOUS VOIR

Phones : Bell Est 2603.

Marchands, 322.

**Jos. Lamoureux**

178 Rue Montcalm - MONTREAL.

## The China &amp; Japan Silk Co., Ltd

TORONTO, 77 Bay St., MONTREAL, 290 St-Jacques  
— et YOKOHAMA, Japon —

IMPORTATEURS ET MARCHANDS EN GROS DE

Soies de toutes... Pesanteurs, Largeurs et Couleurs

Arrivages continuels de Nouveautés en  
Marchandises Japonaises de Fantaisie.

— VENEZ NOUS VOIR. —

## LES MARCHANDISES, COMME LA MARQUE, SONT DIGNES DE CONFIANCE

Le nom du fabricant est une garantie de Main-d'Œuvre de Première Classe, de Style, d'Ajustage et de Fini. Ne vous laissez pas détourner par des marchandises inférieures, quand vous pouvez acheter une Blouse de Soie DE TOUT REPOS au même prix que vous avez à payer pour une Blouse qui peut-être ne plaira pas à votre cliente.

Chaque Blouse que nous faisons se vend bien. C'est en le mangeant qu'on reconnaît la qualité du pouding. Nous vendons davantage chaque jour. Ainsi ferez-vous en tenant seulement les

BLOUSES EN SOIE DE CONFIANCE.

— FAITES PAR —

**I. MISHKIN & CO.,** 1853, RUE NOTRE-DAME, MONTREAL.

*Les*  
*Blouses*  
**Progress**

*sont*  
*toujours*  
*en*  
*demande.*



**The Allied  
Manufacturing  
Companies**

8 RUE ST-PIERRE  
MONTREAL.



pour les affaires reposant sur cette large base et s'étendant à des connaissances si différentes, et si nombreuses, est étroite, manque de libéralité et n'a pas de valeur?.

Beaucoup d'hommes d'affaires sont sceptiques au sujet de la valeur pratique de l'instruction. Ils prétendent que l'expérience est la seule école où l'homme puisse apprendre quelque chose sur les affaires.

Une idée peut-être trop répandue, c'est qu'un jeune homme qui veut réussir dans les affaires ne peut pas commencer son apprentissage de trop bonne heure; qu'il devrait quitter l'école à l'âge de douze ou quatorze ans et travailler en commençant par balayer les bureaux, faire des courses et porter des paquets.

L'expérience, à la vérité, est un grand instructeur; elle n'est pas avare de punitions pour les fautes commises et ne gâte jamais un enfant par une trop grande indulgence. Elle est implacable vis-à-vis de la stupidité et de la paresse. Elle accorde peu de récompenses et donne peu d'encouragement aux manquements de l'esprit borné.

Cependant, comme beaucoup de personnes l'ont constaté, l'expérience instruit lentement; elle consacre très peu de temps à l'enseignement et un temps énorme à la routine la plus fastidieuse.

Elle est sans rivale dans l'enseignement de certaines leçons. L'expérience seule peut enseigner la valeur de la fermeté de caractère; l'importance de la ponctualité et de la promptitude; l'art d'être courtois et de se tenir en bons termes avec les autres; celui de travailler avec cœur, l'estomac vide; l'importance de l'exactitude dans les comptes, etc. Toutes ces choses ne peuvent s'apprendre qu'à l'école de l'expérience; mais bien d'autres choses sont enseignées à cette école—enseignées laborieusement, péniblement et souvent trop tard,—qui pourraient être enseignées dans une université.

#### LES AFFAIRES ET LE PLAISIR.

Les affaires sont, en apparence, notre but principal dans la vie, et le succès est l'étoile lumineuse qui montre le chemin à tout esprit ardent; mais il devrait y avoir une place pour tracer la ligne de démarcation qui sépare les affaires des choses purement domestiques. Je ne sais pas si c'est l'avidité pour l'argent qui nous affecte à cette époque, mais il semble qu'il y ait réellement aucune limite à cette convoitise.

Je connais un jeune homme qui est excessivement prospère. Je l'ai connu avant qu'il ne fût marié, avant que ses affaires ne fussent aussi bonnes. Je l'ai connu de nouveau quand il a commencé à se tailler un chemin vu après son mariage. Il fut un temps où \$1,200 par an lui semblait une somme très raisonnable. Quand son salaire fut porté à \$1,800, il prenait toujours plaisir à se trouver au milieu de ses amis moins fortunés, et parlait à sa femme de leurs plans futurs et de leur bonheur. Mais comme son revenu augmentait, ce jeune homme semblait être plongé de plus en plus dans les affaires jusqu'à ce que sa seule ambition fut de faire une autre opération qui augmenterait son compte en banque.

Au lieu d'avoir des amis réels et de jouir des réalités et des douceurs de la vie, il commença à inviter à dîner chez lui des hommes avec l'aide desquels il espérait mettre à exécution quelque plan dont il désirait obtenir de l'argent pour placer dans son opération. Sa femme devint un simple fournisseur des connaissances de son mari, car elle savait qu'il se souciait peu d'eux, bien qu'il les traitât avec une grande cordialité. Il devint maintenant un faiseur d'argent — et, par conséquent, un hypocrite — et il n'est pas douteux qu'il arrivera au but qu'il s'est fixé, c'est-à-dire à entasser une grande somme d'argent; car il regarde maintenant davantage à dépenser 5 c. qu'il ne regardait autrefois à dépenser \$1.00.

Quel bien cela lui fera-t-il? Aucun certainement. Car, tandis

## TWEEDS ET FOURNITURES POUR TAILLEURS

AU COMPLET.

Le plus grand Assortiment que nous ayons jamais eu.

Nous avons maintenant en mains tous nos échantillons pour le commerce et tous nos voyageurs sont maintenant sur leurs routes respectives avec les échantillons du . .

### PRINTEMPS 1906

Nous avons en Stock nos lignes complètes de  
**MARCHANDISES D'AUTOMNE.**

VOTRE VISITE

Nous invitons cordialement MM. les Tailleurs à nous rendre visite et à examiner nos marchandises ou à demander NOS ÉCHANTILLONS qui sont toujours à leur disposition.

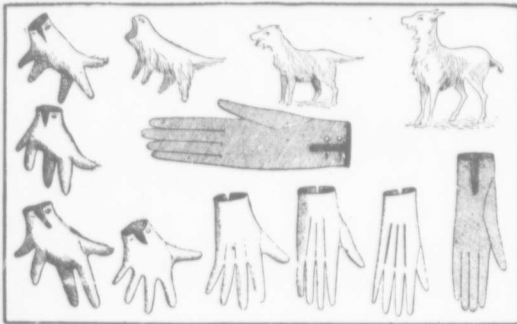
## A. McDOUGALL & CO.

Propriétaires enregistrés de la célèbre Serge TYKE & BLENHEIM  
Aussi des Serges YOTSMAN. Les meilleures Serges sur le Marché.

196 rue McGill, Montreal.



SUCCURSALE : Angle des rues Dupont  
et Saint-Joseph, - ST-ROCH, QUEBEC.



**EVOLUTION**

C'est un bon, long et complet voyage, celui-là, n'est-ce pas ?  
Comme le voyage finit bien !-il finit par les

**GANTS MOCHO DE STOREY**

Tous les Gants Mocho ont la même origine; mais ils ne suivent pas tous le même chemin. Telle est la différence. Ceux de Storey suivent le bon chemin; ils font un bon Usage, sont Elegants et donnent Satisfaction. C'est pourquoi ils ne désappointent jamais. Trente ans d'expérience dans la fabrication des GANTS MOCHO. Trente ans de satisfaction pour le public. Nous faisons un assortiment complet d'articles pesants, non surpassés pour la valeur, outre les Mitaines et Mocassins, qui sont aussi caractérisés par la confiance qu'on peut leur accorder. Nous avons les idées et les modes les plus nouvelles, et notre représentant aura le plaisir de vous rendre visite. Cela vous paiera de le voir, lui et ses échantillons.

**W. H. STOREY & SON, Limited**  
Les Gantiers du Canada, - ACTON, ONT.

**M. F. ST. JOHN,** 227 Temple Building, TEL. MAIR 3986, MONTREAL.

TOUTOURS PRET A ACHETER DES JOBS AU COMPTANT  
Je n'ai pas de voyageurs.

Venez voir maintenant quelques occasions.  
**20% Au-dessous des Prix**  
**des Manufacturiers**  
et COFFRES - FORTS . . . . .  
MARCHANDISES SECHES,  
FOURURES, COUPELLERIE,  
et COFFRES - FORTS . . . . .



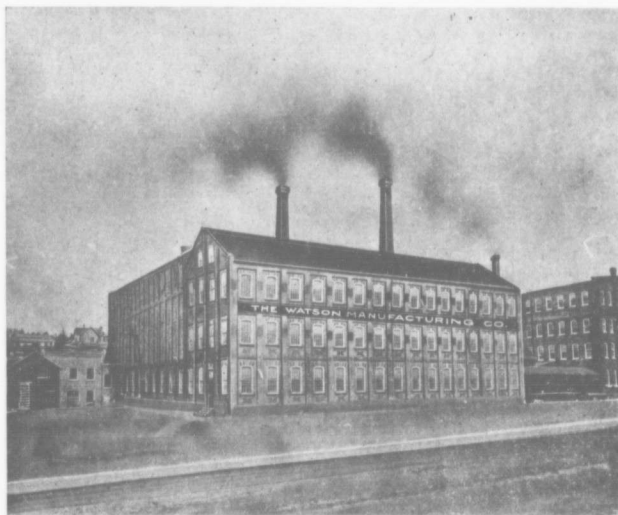
**Andrew H. McDowell**

IMPORTATEUR et COMMISSIONNAIRE

40-42, Rue St-Antoine  
MONTREAL

Fils de Soie et Fils Mercerisés, Fil de Coton sur Bobine,  
etc., Lainages, Tweeds, Serges, Doublures, Bonneterie  
et Sous-Vêtements.

Si vous n'êtes pas un de nos Clients, de-  
mandez-nous nos prix et des échantillons.



**Sous - Vêtements**

DE  
**Watson**

Saison du Printemps 1906

Nos représentants sont  
maintenant en route,  
offrant un assortiment  
complet de Sous-Vête-  
ments de Printemps,  
dans toutes les variétés.

ATTENDEZ - LES

**A. L. GILPIN,**  
Agent pour Quebec.  
232, RUE MCGILL,  
Montreal.

**Watson Manufacturing Co. Limited, Paris, Ont.**

qu'il n'a pas le temps maintenant de jouir de la vie en-fermeure, il se trompe lui-même avec la croyance qu'il en jouira quand il aura assez d'argent. Ce jour n'arrivera jamais; il n'en aura jamais assez. Il oublie que le temps a des ailes et que la jouissance de la vie est dans le jour qui passe. Quand il pensera qu'il est prêt à jouir des fruits de ses efforts, il s'apercevra que sa famille lui est étrangère et qu'il ne se plaît plus aux choses qui paraissent devoir être si délicieuses quand il était jeune, alors que l'espoir donnait une teinte rosée à toutes les choses. Je dirai donc à tous les jeunes gens: travaillez, travaillez fort; mais oubliez votre travail au moins quelques heures sur vingt-quatre et pendant deux ou trois semaines consécutives en été.

#### RELATIONS ENTRE MARCHANDS ET COMMIS-VOYAGEURS

Un marchand se trouve toujours bien à la longue de s'être montré courtois vis-à-vis d'un commis-voyageur. Bien que l'égoïsme soit inhérent à la nature humaine, il est étonnant que tant de personnes ne s'aperçoivent pas qu'elles serviraient au mieux leurs intérêts en faisant preuve envers les autres de la considération qui leur est due.

Tous les jours on peut voir des exemples de ceci par la manière dont certains marchands traitent les commis-voyageurs.

L'homme qui se présente chez un marchand pour lui montrer ses échantillons fait autant partie du système commercial que les marchandises qu'il vend.

M. le Marchand vous pouvez parfois être importuné, et mis à une rude épreuve, mais les commis-voyageurs dans leur ensemble, sont plus enclins à devenir vos amis que vous ne le pensez quelquefois. Pouvez-vous être bon avec eux? Votre conscience vous répond: Non! Jamais!

Tout d'abord, vous devriez bien traiter le commis-voyageur et tâcher de ne pas gaspiller son temps. Il n'a pas de temps à perdre et il désire l'employer de manière à obtenir le meilleur rendement, c'est-à-dire des commandes.

Tout le monde a besoin d'amis et désire s'en faire; vous avez besoin de l'amitié du commis-voyageur et lui a besoin de la vôtre. Ayez donc des rapports mutuels d'amitié.

Voici une chose que le marchand ferait bien de considérer.

Le commis-voyageur désire vous parler de sa ligne de marchandises, et non seulement il espère, mais il s'attend à vendre quelque chose. Il peut être des journées derrière son catalogue de marchandises, et sa maison de commerce l'invite à se hâter. Il se passera plusieurs jours avant qu'il ne reçoive le chèque qui doit défrayer ses dépenses.

Le voyageur de commerce vit dans la patience et se heurte à des rebuffades. Il est toujours dans l'incertitude et ne se sent jamais en sécurité. Il espère continuellement mais il n'est jamais sûr de rien. L'incertitude semble être son apanage, d'un côté ou de l'autre.

Cependant, lorsqu'il vous aborde, vous ne remarquez dans ses manières aucun signe de contrariété, aucune trace d'impatience ou de crainte. Il vous inspire confiance par la confiance qu'il met lui-même à montrer ses échantillons. Il peut même vous convaincre, bien que vous ne vous sentiez pas disposé à l'écouter. Vous êtes généralement content de le voir, que vous l'admettiez ou non.

Vous n'êtes pas obligé de lui faire un achat, mais l'obligation qui lie tout homme envers son semblable devrait vous induire à le bien traiter et à lui offrir votre assistance en tout ce que vous pouvez. Les simples convenances exigent que vous ne le gardiez pas toute une journée pour le congédier ensuite sans regarder ses échantillons, ou sans lui acheter pour la valeur d'un dollar. Vous savez certainement quand il entre en conversation avec vous, si vous lui donnez une commande ou non. Dites-lui franchement quelle est la situation et, si vous ne pouvez le satisfaire immédiatement laissez-le demeurer à ses propres dépens, s'il le veut; mais ne l'induisez pas en erreur par des promesses évasives.

M. le Marchand, mettez-vous à sa place un moment, et faites de votre mieux. Mettez en pratique le précepte suivant: Ne faites pas à autrui ce que vous ne voudriez pas qu'on vous fit. Le commis-voyageur est intelligent et aime à rendre la pareille. Si par hasard un voyageur n'a pas ces qualités, soyez certain qu'il ne vous ennuiera pas souvent; sa carrière prendra vite fin, car une maison de commerce de premier ordre n'a pas besoin d'un vendeur de second ordre. — "The Wine and Spirit Journal"

#### QUELQUES CONSEILS

Soyez serviable, soyez sociable, soyez désintéressé—soyez généreux; ne vous tourmentez ni ne vous plaignez jamais; étudiez l'art de plaire, soyez franc, ouvert et véridique, toujours prêt à rendre service; soyez bon et poli envers tout le monde; ayez confiance en vous-même, sans être infatué de votre personne; n'accaparez jamais la conversation, prenez un intérêt aux autres, voyez toujours le côté brillant des choses; prenez la peine de vous rappeler les visages et les noms, ne critiquez jamais, ne dites jamais des choses désagréables aux autres; cherchez les qualités et non les défauts chez vos semblables, cultivez votre santé et faites rayonner autour de vous la force et le courage; pardonnez et oubliez les injures, mais n'oubliez jamais les bienfaits; réjouissez-vous des succès d'autrui tout autant que des vôtres, respectez toujours les droits et les sentiments des autres; amusez-vous, mais ne laissez jamais l'amusement dégénérer en licence; apprenez à garder votre sang-froid dans les circonstances les plus pénibles; ayez une parole aimable et un sourire gracieux et encourageant pour chacun; respectez les femmes et les enfants et ayez une attitude chevaleresque à leur égard; faites vaillamment face à l'adversité et endurez stoïquement ce que vous ne pouvez éviter; croyez à la fraternité parmi les hommes et n'admettez aucune distinction de classes.

Voilà quelques bons conseils d'une pratique journalière, offerts par "Success."

#### DUREE DE LA JOURNÉE DE TRAVAIL

A cette époque, où l'agitation est très générale pour obtenir une journée de travail de huit heures, il est bon de remarquer que les recherches les plus minutieuses sont impuissantes à trouver des fortunes faites par un travail de huit heures par jour. Les biographies des hommes qui ont fait leur éducation par eux-mêmes, l'histoire intime de ceux qui sont parvenus à la fortune sont en faveur de la journée de travail qui commence de bonne heure et qui finit tard.

La grande capacité de travail d'Edison est bien connue; il l'offre comme une recette pour arriver au succès dans toutes sortes d'affaires aussi bien que dans les inventions. "Levez-vous à six heures le matin et travaillez jusqu'à deux heures le lendemain matin. Continuez à agir ainsi jusqu'à ce que vous ayez atteint un résultat dans votre ligne. Si le succès n'arrive pas bien vite, vous feriez mieux de diminuer vos heures de sommeil et de travailler un peu plus tard pendant que vous êtes éveillé. Si vous suivez cette règle, vous pouvez réussir comme inventeur ou dans toute autre affaire. C'est en suivant cette ligne de conduite que la lumière électrique a été découverte ainsi que le phonographe et le kinétoscope. Il est peu de personnes qui réalisent ce que signifie réellement cette intensité de travail. Se lever de très bonne heure, se coucher très tard et l'assiduité au travail avec une énergie qui ne peut jamais admettre l'insuccès. Des hommes de cette espèce sont sûrs d'arriver au succès."

"L'ancienne règle demeure la même, dit George W. Perkins; il n'y a pas de succès sans tenacité opiniâtre". Quand il y a trois ou quatre ans, M. Perkins devint, à l'âge de trente ans, un associé de M. Moran avec un revenu de \$600,000.00, on se rappelle qu'il avait débuté comme garçon de bureau à Chicago, n'ayant que l'instruction donnée dans les écoles ordinaires, et qu'il avait fait son chemin jusqu'à la haute posi-

## Le Muffler Scott



### Le 3 dans 1

peut être porté de 3 manières. Fait de Tissus pour Sweater tout en laine, pour Garçons, Hommes et Femmes. Prix \$4.25, \$4.50, \$6.00. Ce muffler est supérieur à tout autre pour le style, la qualité, le prix.

Chaque marchand devrait l'avoir en stock, car il y aura une demande pour cet article.

## Scott Muffler Co.

MANUFACTURERS:

Niagara Falls,  
CANADA

Portsmouth,  
OHIO

DOMINION SUSPENDER CO.

SEULS AGENTS VENDEURS

MM. E. O. BARETTE & CIE

AGENTS

238 Temple Building, Montréal.

tion qu'il occupe maintenant dans un espace de temps relativement court. Il avait neuf ans à l'époque de l'incendie de Chicago, et, plus tard, il entra dans le bureau de son père qui était agent de la New York Life Insurance Company. C'était une époque où on faisait des efforts énormes pour rebâtir la ville de Chicago. L'entourage de l'enfant était plein d'énergie; il vit des hommes atteindre de nouveau la richesse et la puissance par leur aplomb et un travail ardu. Il devint teneur de livres dans le bureau où il travaillait et, en 1881, il était nommé caissier. On l'a décrit comme un travailleur infatigable et systématique. Il ne perdait pas de temps dans les amusements. Son unique pensée était le travail. Dans toutes les nombreuses situations qu'il a remplies dans la carrière de l'assurance, il avait pour devise favorite le vieux dicton: "Rien d'impossible à l'homme industrieux". La critique qu'il fait des jeunes gens, en général, est qu'ils ne désirent pas travailler plus de huit heures par jour, qu'ils veulent prendre les choses à leur aise et rester au lit tard le matin. "Ils ne peuvent jamais arriver au premier rang de cette manière." Tel est son ultimatum.

### GAGNEZ DU TEMPS

C'est un bon exercice à entreprendre que de vous étudier vous-même avec soin et de savoir combien de petites choses, pendant la journée, viennent diminuer votre capacité de production. Notez, pendant une semaine, le nombre de minutes que vous perdez pendant les heures de travail, puis faites disparaître la cause de ces pertes. Surveillez votre tempérament, votre énergie et votre santé chaque jour et, si vous n'êtes pas au mieux, considérez ce que vous faites en dehors des heures de travail qui puisse diminuer votre capacité pour le travail; alors passez vos soirées d'une manière différente. Il est souvent plus important de bien régler le temps qu'on passe en dehors des affaires que le temps qu'on dépense à travailler, dit "System."

Il y a un grand nombre de règles générales pour employer le temps systématiquement; mais il y a, pour gagner du temps, des occasions plus marquées et plus spécifiques d'adopter les meilleures méthodes en affaires comme, par exemple, de disposer avec ordre toutes choses sur un pupitre, que l'employé peut adopter de sa propre initiative et sans l'assistance du patron.

Coupez court à tous les mouvements inutiles dans votre travail; et très petites choses prennent fréquemment beaucoup de temps. Comme exemple de ce que nous voulons dire, l'auteur de ces lignes s'est assis à côté du pupitre d'un homme qui travaillait vite et constamment. Cet homme semblait d'abord opérer de telle manière que chaque minute de son temps était employée à un travail productif. Mais il avait fréquemment à ouvrir le tiroir du milieu de son bureau et, chaque fois qu'il le faisait, il devait pousser son fauteuil en arrière en se servant de ses deux mains; puis il devait également se renverser de manière à pouvoir ouvrir son tiroir pour y prendre une épingle, un tampon, un élastique, ou tout ce dont il pouvait avoir besoin, puis il avait à fermer son tiroir et finalement à ramener son fauteuil vers le bureau. Pourquoi n'avait-il pas une chaise sans bras; ou bien, pourquoi ne mettait-il pas ses ustensiles à une place plus convenable?

### "LE PORT DE L'UNIFORME"

L'ouverture d'un nouveau magasin de mercerie dans le voisinage de Union Square, a révélé une innovation parmi beaucoup d'autres; il est de règle dans ce magasin que les vendeurs portent un uniforme. Tous sont revêtus d'un vêtement noir et portent une chemise et une cravate blanches. Ce genre est adopté pour tout le personnel de l'étage des ventes. Une innovation du même genre a été faite, il y a plusieurs années, par certains magasins à départements pour leurs vendeuses.



## L'OCCASION

"Quel est son nom?" demanda un visiteur à qui on montrait une statue dont la figure était cachée et qui avait des ailes aux pieds:

"Occasion," répondit le sculpteur.

"Pourquoi sa figure est-elle cachée?"

"Parce que les hommes la reconnaissent rarement."

"Pourquoi a-t-elle des ailes aux pieds?"

"Parce qu'elle disparaît bientôt et, une fois partie, on ne peut pas la rattraper."

## LE COTON EN ITALIE

Pendant que la France fait de louables efforts pour implanter la culture du coton dans ses colonies, et se débarrasser parcellément du lourd tribut qu'elle est obligée de payer aux Etats-Unis pour ses approvisionnements, l'Italie cherche à cultiver le coton sur son propre sol.

Actuellement, 3,000 à 4,000 hectares de terre dans les districts de Vittoria, Biscan et Terranova Sicilia sont consacrés à la culture du coton; de moins grandes étendues, dans la province de Saierne, sont également semées en coton, et la production est utilisée par de petites fabriques locales. Ces données dénotent une diminution considérable, en comparaison des 80,000 hectares ensemencés pendant la période allant de la guerre civile américaine à l'année 1872. Les raisons qui ont provoqué l'abandon de la culture du coton sur une grande échelle n'existent plus; le prix du coton s'est relevé; la facilité des transports et l'accroissement de l'importation qui s'en est suivie ont causé une forte baisse de prix sur les produits agricoles, autrefois fournis pour la plus grosse partie, par les ressources locales; enfin, la dépression survenue dans l'industrie des agrumes, de l'huile et du vin a diminué le prix de la main-d'œuvre.

Une Société est en train de se constituer pour encourager la culture du coton sur de grandes surfaces, en Pouille, Calabre, Sardaigne et Sicile, où le climat, le sol et les conditions de main-d'œuvre sont, paraît-il, éminemment favorables à ce projet. L'agriculture dans l'extrême sud de l'Italie a, jusqu'ici, souffert du manque de capitaux et de l'ignorance des principes les plus rudimentaires de culture rationnelle. La Société fera de grands efforts pour écarter ces inconvénients.

## CHAPEAUX DE VERRE

On a déjà fabriqué des vêtements de verre; un industriel de Venise fabrique en ce moment par milliers avec du verre des chapeaux de dames. Le tissu de ce verre dont ils sont composés a le même lustre et le même brillant que la soie et, ce qui est un grand avantage, est tout à fait imperméable. On peut aussi le laver aisément et sans danger avec l'aide d'une simple brosse et un peu d'eau ordinaire. Il est facile d'obtenir la couleur que l'on veut.

Ce sera bientôt la grande mode s'il est vrai que tous ces avantages pratiques se trouvent combinés.

## L'AVANTAGE DU BON ORDRE

Un des gérants généraux les plus jeunes d'une grande ligne de chemin de fer, disait dernièrement:

"J'ai toujours essayé de faire comprendre à mes assistants ce qu'on appelle "système" — sa valeur et son absolue nécessité dans une administration de chemin de fer. Je me souviens que le premier commis sous les ordres duquel j'étais employé avait coutume de me dire que j'avais tort de tenir mon pupitre en si bon ordre et de classer tous mes papiers; car il craignait que le surintendant, en faisant sa tournée et voyant mon pupitre débarrassé de paperasses, ne se passât de mes services, sous l'impression que je ne faisais rien."

Un an après cette conversation paternelle, le commis principal était renvoyé et je prenais sa place. "Il travaille maintenant dans mon bureau de comptabilité, à \$55 par mois; quelques années plus tard, en examinant son pupitre, je m'aperçus qu'il manquait toujours de "méthode."

Y a-t-il quelque chose de plus Juste ?

Nous garantissons positivement  
de remplacer tout . . . . .

SOUS-VÊTEMENT

"Ceetee"

qui rétrécirait. Il est absolument irretrecissable. Cette marque plaira aux clients les plus difficiles. Elle est absolument différente des autres sortes. Elle est façonnée sans couture et d'un ajustement parfait — Elle est douce comme le velours, charmante, souple et chaude. De beaucoup supérieure aux marchandises importées. Elle se fait en Gauze Indien; en pesanturs moyenne et forte, Soie et Laine, Worsted, Laine d'Agneau et Mérinos. Chaque vêtement estampé et garanti.

Nos Articles d'un Ajustage parfait, à côtes élastiques pour Femmes, Enfants et Bébés, pour 1905, sont tout ce qu'il y a de nouveau. Lignes nouvelles. Garnitures nouvelles.

Notre REPRESENTANT VOUS VISITERA BIENTÔT.

The G. Turnbull Co.,  
LIMITED  
GALT, ONT., CANADA.

HARRIS & COMPANY, LIMITED.

ROCKWOOD, ONT



ETOFFES A COSTUMES

POUR L'AUTOMNE

Par l'intermédiaire de notre représentant, nous offrons des assortiments complets d'échantillons, dans les dessins les plus nouveaux pour Etoffes à Costumes de Dames. Nouveaux tissus attrayants pour répondre au changement de styles. Ces marchandises feront un usage satisfaisant, et vous devriez les avoir pour la saison prochaine. . . . .

Agents de vente :

DIGNUM & MONYPENNY  
TORONTO - MONTREAL

# GREENSHIELDS LIMITED

MONTREAL



## Vêtements Blancs, Marque Shield

VÊTEMENTS, GRANDEUR AMPLE, AJUSTAGE PARFAIT.  
NOUVELLES CRÉATIONS ÉLÉGANTES CONTROLÉES PAR NOUS.

## Jupes Tailleur, Marque Shield

Chaque jupe d'un ajustage parfait et des styles les plus approuvés.

## Blouses, Marque Shield

Blouses dans tous les styles élégants et les nouveaux effets; aussi vêtements tailleur unis, dans tous les tissus désirés.

## Manteaux de Pluie et Cache-Poussière Marque Shield

Voyez le vaste assortiment de ces vêtements populaires que nous offrons.  
Ils vont être plus populaires que jamais pour 1906.

## Procurez-vous le Genre Correct — LA MARQUE SHIELD

Nous faisons des efforts spéciaux pour satisfaire à toutes les demandes qui nous sont faites, et nous pouvons garantir une prompte livraison dans toutes les lignes.

**AUGMENTEZ VOS AFFAIRES.—ACHETEZ LES VETEMENTS DE LA MARQUE SHIELD.**

**Elle Représente** CE QU'IL Y A DE **Meilleur**



**Les Chemises et les Cols**

PORTANT LA MARQUE CI-DESSUS JOUISSENT  
D'UNE REPUTATION SANS RIVALE POUR LA

**Qualité, le Style et la Valeur.**

Nous sommes bien montés pour fournir aux DEMAN-  
DES IMMEDIATES, et nos MARCHANDISES du  
PRINTEMPS sont en route. : : : : :

---

**ARTICLES DE COU.**

Nos Cravates pour le Commerce des Fêtes se vendront  
à vue. Donnez votre ordre maintenant et obtenez le  
bénéfice d'un vaste choix. : : : : :

---

**Greenshields Limited**

**MONTREAL.**