

# TISSUS ET NOUVEAUTÉS

TISSUES & DRY GOODS

MONTREAL

MAL, 1912

No 5

Nous présentons maintenant notre Ligne Complète d'Automne.

*Priestleys'*  
FALL 1912

Quelques-uns des Tissus leaders :

*Whipcords Yenna,  
Whipcords Highgate,  
Whipcords Corsican,  
Crosscords de Laine,  
Drap Barbican.*

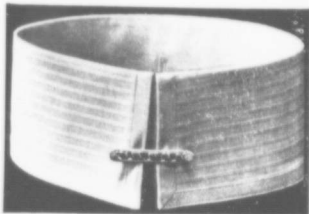


Notre collection d'automne maintient le nom de PRIESTLEY sans rival pour les tissus de robes de toutes sortes.  
VOYEZ NOS REPRESENTANTS. Seuls Agents pour Tissus de Robes "PRIESTLEY".

GREENSHIELDS LIMITED

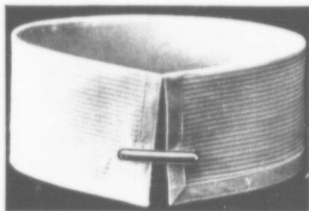
MONTREAL

No. 250-- Piqué Français 3 modèles, \$2.10



Chaque Col dans  
une enveloppe  
particulière

No. 294--Reps Français, \$2.10



### Ces Cols Négligés et Élégants Séduiront les Dames à première Vue

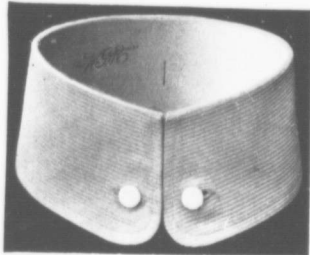
**F** AITE EN DES ETALAGES dans les vitrine de votre magasin, et toutes les femmes qui les verront en achèteront. Élégants, confortables et gracieux. Vous ne pouvez pas mettre en stock des Cols Négligés pour Dames, qui fassent plus honneur à votre magasin.

**Donnez un ordre maintenant--et en abondance.**



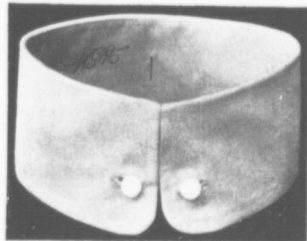
The Williams, Greene & Rome Co., Limited Berlin

Manufactures à Berlin, Waterloo, Hanover.



No. 299--Reps Français, \$2.00

Complets avec  
Bouton en  
Nacre.



No. 226--Sylkeen, \$2.00



# ROBES

Pour fillettes de 2 à 14 ans.



LIGNE VARIEE  
DE  
GENRES  
ELEGANTS  
ET DE  
MODELES  
PARTICULIERS



UNE  
COMMANDE  
D'ECHANTILLONS  
VOUS  
CONVAINCRA

No. 817—Pour fillettes de 8 à 14 ans—\$42.00 la douzaine.  
Serge Bleu-Marine garnie de Broadcloth dans les nuances  
Saxe, Rouge et Tan,  
Serge Brune, Garnie de Broadcloth Rouge,

MANUFACTUREES PAR

## FLETT, LOWNDES & COMPANY

LIMITED

142-144 rue Front Ouest.

TORONTO.

*Pullan Parment*

Confectionnés depuis 1902

Achetez les vêtements "Pullman"  
pour leur **STYLE** et leur  
**QUALITÉ**



Manteau de printemps et d'été  
en serges et soies Rajah.  
\$9.00 à \$14.00

### Jupes



ÉLÉGANTE JUPE D'ÉTÉ  
Worstedes, Serges Crème, Whipcords,  
\$3.50 à \$6.50

### Manteaux

Mai, Juin et Juillet seront comme d'habitude, de ports mois de ven es pour jupes séparées—donnez nous un ordre d'assortiment des plus nouveaux dessins.

Nous faisons une spécialité de **manteaux Rajah** pour le fort de l'été en teinte naturelle et noire, depuis \$10.00 jusqu'à \$16.00.

*Pullan Parment*

Confectionnés depuis 1902

Ces vêtements tiennent la tête  
du  
Commerce Canadien.



Manteau de printemps et d'été  
Serges, diagonales, whipcords, soie Rajah.  
\$9.50 à \$15.00

## Avis pour ligne d'automne

Nos voyageurs sont actuellement en route avec les dernières nouveautés pour prendre les commandes d'automne.

En raison des récentes perturbations survenues dans la main d'oeuvre en Angleterre et les probabilités de livraisons en retard, les marchands feront bien d'acheter de bonne heure.

EDIFICE  
PULLAN  
TORONTO

**M. PULLAN & SONS**

MAISON EXCLUSIVE DE MANTEAUX, COSTUMES, JUPES.

Rues Bay et Wellington, - - - Toronto

Bureau Succursale  
EDIFICE  
LINDSAY  
MONTREAL

# Tissus et Nouveautés

TISSUES & DRY GOODS

Revue Mensuelle

Publiée par La Compagnie de Publications des Marchands Détaillants du Canada, Limitée, 80 rue St Denis, Montréal, Téléphone : Est 1185, Boîte de Poste 917. Abonnement : dans tout le Canada et aux États-Unis \$1 00, strictement payable d'avance ; France et Union Postale, 7, 50 francs. L'abonnement est considéré comme renouvelé à moins d'avis contraire donné au moins 15 jours avant l'expiration, et ne cessera que sur un avis par écrit, adressé au bureau même du journal. Il n'est pas donné suite à un ordre de discontinuer que les arrrages et l'année en cours ne sont pas payés.

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

Représentant spécial pour la province d'Ontario : J. S. Robertson Co., Edifice Crown Life, Toronto.

Vol. XIV

MONTREAL, MAI 1912

No 5

## LE TRAVAIL DES FEMMES DANS LES MAGASINS

Dans son numéro du 7 mai courant, "La Patrie" publie un article ayant pour titre : "Le travail des femmes" et dans lequel il juge les membres du gouvernement Gouin dépourvus de sentiments d'humanité parce qu'ayant, dans certaines branches de l'industrie, limité les heures de travail des femmes à 58 heures par semaine, ils n'ont pas étendu cette loi aux personnes travaillant dans les magasins.

Tout d'abord, qu'il nous soit permis de revendiquer au nom de l'Association des Marchands Détaillants du Canada, principalement la section des Marchands de Nouveautés de Montréal et de Québec, le mérite de s'être opposée énergiquement à cette extension de la loi des 58 heures, au travail des femmes dans les magasins. Et ce n'est pas là comme se plaît à le dire le rédacteur de l'article sus-mentionné, le geste de commerçants "rapaces, prêts pour économiser quelques sous à sacrifier des vies", non, c'est l'aboutissement logique du plus sain et du plus pondéré des raisonnements.

Nous sommes certes les premiers à reconnaître que le travail des femmes dans les usines est des plus pénibles pour leur faible constitution et qu'il est judicieux d'adopter des règlements susceptibles d'en diminuer les effets nuisibles et de permettre aux intéressés d'en supporter allègrement le poids.

Mais vraiment, peut-on raisonnablement comparer le rude labeur manuel effectué par les femmes dans les usines à celui beaucoup moins pénible et souvent distrayant qui se fait dans les magasins. Dans le premier cas, les locaux qui abritent les ouvrières sont souvent exigus, mal aérés, d'un éclairage défectueux et d'une propreté nécessairement imparfaite; qu'on n'aille pas croire cependant que les manufacturiers ne tentent pas mille efforts pour améliorer ces conditions! Ils y veillent continuellement, mais ne peuvent rien faire contre le bruit assourdissant des machines, le ronflement énervant des courroies de transmission, la chaleur qui se dégage de tous ces appareils en marche, sauant la vapeur, l'huile, la graisse, par tous leurs rouages échauffés et vibrants et saturant l'air d'une atmosphère qui n'est pas de première pureté.

Dans le second cas, celui des magasins, les employées se trouvent le plus souvent dans des locaux spacieux, aménagés confortablement, luxueusement parfois, puisqu'ils sont destinés à recevoir la visite d'une clientèle aisée qui aime à avoir ses aises et à pénétrer dans des endroits propres et bien tenus. Et parmi cet aménagement, souvent plus confortable que leur propre intérieur, les demoiselles de magasin vont et viennent, d'un comptoir à un autre, conversant avec des clients parfois grincheux, souvent aimables et courtois, servant une pratique qui n'a rien

de déplaisant, accomplissant en un mot un travail, qui dans un tourbillonnement d'affaires devient un mouvement aisé et sans fatigue en même temps qu'il rend brèves les heures de la journée.

Au surplus, si l'on met bout à bout les minutes ou les employées de magasin jouissent de quelque répit, surtout dans certains magasins, on verra que la moitié seulement de leur temps est pris par un travail soutenu et qu'il est au cours du jour bien des heures de repos qui sont une bienfaisante alternative à ce que peut avoir de pénible pour le corps les mille pas faits autour d'un comptoir.

Nous ne parlerons pas des égards dont ces demoiselles (nous entendons les bonnes employées) sont l'objet de la part de leurs patrons qui sous leur masque nécessairement autoritaire, conservent ce brin de galanterie innée et d'humanité bienvenue qui les fait se pencher avec sympathie vers les être faibles que sont les femmes. Les brutes sont rares à notre époque de civilisation avancée, et tout homme se fait un devoir et un honneur de ne pas abuser d'une situation prédominante, mais au contraire d'en profiter pour créer de l'amélioration dans le bien-être des employées qui sont sous ses ordres.

Et à ce propos, qu'il nous soit permis de faire remarquer en passant qu'on a trop souvent tendance à considérer les commerçants comme des hommes sans scrupules et sans délicatesses; on se figure volontiers que l'honneur et le respect de soi-même sont l'apanage des gens ayant embrassés des carrières libérales: avocats, médecins, professeurs ou autres. C'est là un préjugé archaïque et dénué de fondements, et nous sommes certains qu'on rencontre plus souvent ce qu'on appelle un "brave homme" parmi les marchands détaillants que dans toute autre classe de la société. Seulement, eux, ils ne font pas parade de beaux sentiments, ils ne jettent pas de grands mots à la volée, ils se contentent d'être tout simplement, sans ostentation, d'honnêtes gens et leur rôle obscur n'en est que plus méritant.

Pour en revenir à la question du travail des femmes dans les magasins, nous pensons contrairement à notre confrère de la "Patrie" que c'est un progrès et un bienfait de nos temps modernes d'avoir ouvert tous ces emplois à la femme et de l'avoir mise ainsi en mesure de gagner sa vie. C'est une haute garantie de moralité. Sans doute, la véritable place de la femme est au foyer domestique, mais vouloir que toutes remplissent ce rôle social dès leur prime jeunesse est une utopie. Il faut bien penser qu'il existe quantité de familles lourdement chargées d'enfants, et que c'est du devoir de ces derniers, garçons ou filles, d'aider par leur travail au dehors, au gagne-pain quotidien. Il y a également

beaucoup de jeunes filles qui sont sans soutien et qui, lâchement et courageusement, plutôt que d'accepter une union qui ne leur convient pas ou se laisser aller à des complaisances coupables préfèrent prendre le "collier de misère" qui, par la beauté de l'intention devient quelque chose de réconfortant et de sortant dans leur vie. Regardez-les d'ailleurs, toutes ces jeunes filles qui vont le matin à leur travail, d'un pas pressé, suivez-les au cours de la journée dans leur labeur, écoutez leurs conversations et leurs rires, tout en elles respire la gaieté et la joie de vivre; elles sont loin de se plaindre de leur sort; pimpantes et joviales, avec un joli brin de coquetterie, elles vont dans la vie insouciantes et légères, de cette légèreté que donne la satisfaction du devoir accompli. Et si parfois elle ont des heures tristes, c'est dans leur modeste logis, le soir et non dans la journée au milieu de leurs occupations qui les absorbent et qu'elles aiment et qui constituent le principe même de leur santé morale et physique.

C'est en pensant à tout cela et dans cet esprit de justice que les marchands détaillants ont naguère, dans une entrevue avec Sir Lomer Gouin et les ministres, discuté cette importante question commerciale et sociale, et le premier ministre de la Province de Québec, dans son jugement sûr a compris tout le bien-fondé de telles raisons et s'est empressé de faire droit aux revendications de l'Association des marchands détaillants en obtenant du Gouvernement que les choses restent dans l'état où elles étaient, car apporter quelque changement à ces conditions eût été retirer le pain de la bouche à des milliers d'employés qui de leur propre mouvement n'eussent jamais songés à se plaindre de conditions qu'elles trouvent des plus satisfaisantes.

Mais il faut toujours que sous couleur d'humanité quelqu'un se fasse le porte-étendard d'une révolte secrète et nous trouvons étrange le rôle de la "Patrie" qui se plaît à semer dans l'élément employé des ferments de haine contre les patrons et à entretenir une discorde dont les résultats ne peuvent être que désastreux pour les principales intéressées: les employées de magasin. Celles qui raisonnent sagement (et c'est la majorité) comprendront combien ces propos sont déplacés et ne se feront pas plus longtemps l'écho de paroles incendiaires qui répandent la discorde et l'antipathie là où devrait régner l'entente la plus parfaite dans la douce confiance du travail et de l'effort communs.

Le jour où une législation rigoureuse viendra dicter aux détaillants des règlements néfastes à leur commerce en ce qui concerne l'emploi des jeunes filles dans leurs magasins, ils renonceraient à les faire travailler, ils les remplaceraient par des hommes et nous croyons que loin d'être une amélioration sociale, cela provoquera dans ce petit monde féminin, une situation désolante et pitoyable.

Mais nous n'en sommes pas là, le droit de la femme au travail se fait au contraire de jour en jour plus impérieux. Toutes les situations leur sont ouvertes à présent, il y a de par le monde des femmes médecin, avocat, conducteur d'automobile, et tout récemment, aux Etats-Unis, de chars électriques, etc., nous aurons peut-être un jour des femmes-députés, sera-t-il besoin pour celles-là de s'enquérir de leurs conditions de bien-être et de veiller aux soins de leur petite santé?

#### LE PASSAGE DU TRAIN-EXPOSITION A MONTREAL

Jeudi et vendredi, 15 et 17 courant, le Train-Exposition du C. P. R., composé de 10 wagons remplis de produits manufacturés au Canada, a stationné à la gare Windsor, et ce fut pendant ces deux jours un défilé continu de visiteurs qui ne manquèrent pas d'admirer la bonne organisation de cette exposition roulante et l'aménagement parfait de tous les articles exposés.

M. le maire Lavallée inaugura l'exposition en présence de nos principaux hommes d'affaires et des hauts fonctionnaires du Pacifique Canadien.

L'espace réservé à chaque exposant avait naturellement dû être limité, mais l'agencement des stands avait été magnifiquement ménagé pour en faire ressortir la valeur.

On a particulièrement remarqué les produits de la Dominion Textile Company, l'une des compagnies qui exposent avec le plus d'avantage ses superbes produits.

A l'exposition de la Dominion Textile Company les visiteurs peuvent admirer tout ce que le génie de l'homme a pu inventer pour perfectionner la fabrication des cotonnades, des flanellettes, etc. On assiste pour ainsi dire à la manufacture des produits de la compagnie de l'état brut où ils se trouvent à leur arrivée à la filature, jusqu'à leur sortie de cette dernière en l'état atayant où on les trouve dans les magasins.

Les nombreuses dames et jeunes filles qui ont visité les wagons exposition se sont particulièrement intéressées aux démonstrations de la Dominion Textile Co. On a surtout admiré le fini des produits, leur qualité, leur richesse.

Les visiteurs ont pu admirer tout ce que l'industrie nationale peut produire. Fait à signaler, les wagons-exposition et tous les produits qu'ils contiennent, ont tous été fabriqués, construits ou manufacturés au Canada, par des ouvriers Canadiens. C'est la meilleure réclame que l'on pouvait faire de nos industries manufacturières, auprès des nouveaux colons qui nous arrivent par milliers et qui sont sous l'impression qu'il n'y a qu'en leur pays que l'on puisse manifester convenablement.

On compte environ quarante stands différents. Le train est surtout destiné aux populations de l'Ouest. Des conférenciers expliqueront aux fermiers l'importance de nos usines, de nos filatures et de nos fabriques.

Au nombre des produits exposés mentionnons ceux des compagnies suivantes:

Asbestos Mfg. Co., Lachine; Imperial Tobacco Co, Canadian Buffalo Forge Co, Ltd; Brendram-Henderson, Mason & Risch, National Drug, Lowney Chocolates, Edwardsburg Starch, Dominion Cartridge, Aylmer Pump & Scale Co, Aylmer, Ont., McClary Mfg. Co., Jas. Morrison Brass Mfg Co, Dunlop Tyre Co, John McPherson Co, Ltd Shoes Hamilton, Ont.; Gurney Foundry Co, Ltd, Toronto; Ideal Bedding Co, Ltd, Canada Iron Corp., Steel Co. of Canada, Ltd, Fairbanks Morse, Canadian Kodak Co, Sheet Metal Products Co, Toronto Silver Plate Co, National Cash Register, Pure Gold Mfg Co, Ltd, Toronto; Christie Biscuits, Cn. Davies Co, Ltd, Toronto; Windsor Salt, Russel Car, Cleveland & Massey Bicycles, Dominion Textile.

Après la visite, les invités se rendirent au wagon-buffet et M. Geo. E. Drummond, le vice-président de la Canadian Home Market Association, expliqua le but des organisateurs de l'exposition qui est de démontrer à l'Ouest que pour les industries nous sommes indépendants des autres pays, et que l'Est du Canada est capable de manifester tout ce dont le pays a besoin.

M. le maire Lavallée, au nom des concitoyens de Montréal, souhaita tout les succès à cette exposition qui, par les voies ferrées les plus nouvelles emportait aux confins du Dominion, la preuve éclatante du génie canadien, il souhaita bon voyage à ce convoi lourd de richesses et d'influence qui devait répandre tout le long de la route la fière idée que le Canada peut se suffire à lui-même et est capable de manifester tout ce dont le pays a besoin, sans recourir à nul autre. C'est là une entreprise éminemment patriotique en même temps que supérieurement utile, c'est une leçon de choses donnée aux étrangers venus de tous les pays du globe chercher fortune sur le sol canadien et qui se feront l'écho de cette grandiose démonstration de la puissance productive de notre pays.

## LA LOI DE FERMETURE DE BONNE HEURE EST VICIEUSE DE FORME ET IMPOSSIBLE A FAIRE RESPECTER—TEL EST L'AVIS DU MAIRE ET DES ECHEVINS

A la suite de nombreuses irrégularités au règlement de la fermeture de bonne heure et préjudiciables aux marchands détaillants respectueux de la loi, une nombreuse délégation de l'Association des Marchands Détaillants, composée principalement d'épiciers, s'est rendue le lundi 13 mai courant à l'Hotel-de-Ville pour soumettre ses doléances au maire et aux échevins.

La délégation fut reçue par Son Honneur le Maire Lavallée et par les échevins Prud'homme, Emard, Larivière, Poissant, Bastien, Turcot, Boyd, Ward, Fraser, McDonald, Blumenthal, Deguire, Marin, Séguin, Clément, Giroux, N. Lapointe.

M. Beaudry, secrétaire de l'Association des Marchands Détaillants, se faisant le porte-parole de la délégation, exposa que la présente loi de fermeture de bonne heure n'était pas respectée par tous et ce, au détriment de ceux qui s'y conformaient.

"Les épiciers licenciés, dit-il, ont le droit de vendre aux heures de fermeture, de même que les pharmaciens, les marchands de tabac et les marchands de fruits. Or les épiciers licenciés ne vendent pas seulement des liqueurs mais aussi tout ce que comporte de produits le commerce d'épicerie; tout comme les restaurateurs ne se contentent pas de servir des repas, mais font aussi le commerce de légumes et autres denrées. Il en est ainsi de tous les marchands exemptés. Nous ne venons pas nous plaindre de la présente loi de fermeture de bonne heure, mais nous demandons à ce que la police en assure le respect et que tous les marchands soient traités sur le même pied d'égalité, sans distinction de religion ou de nationalité."

Très courtoisement et avec le souci de rendre justice aux détaillants, le Maire et les Echevins commentèrent et discutèrent les termes de la loi et en arrivèrent à cette déclaration stupéfiante, c'est que la loi telle que conçue, était inapplicable dans toute sa rigueur.

Rappelons les grandes lignes de cette loi:

Section 1.—Les magasins de la Cité de Montréal seront fermés à sept heures du soir les mercredis et jeudis de chaque semaine durant tout le cours de l'année, à l'exception des jours mentionnés dans les sections 2 et 3, et les dits magasins devront rester fermés jusqu'à cinq heures du matin le lendemain.

Section 2.—Les dispositions de la section 1 ne s'appliqueront pas aux mercredis et jeudis précédant les fêtes suivantes, savoir: L'Épiphanie, le Vendredi Saint, la fête du Souverain, la fête de la Confédération, les jours d'action de grâces, la Toussaint, l'Immaculée Conception et le jour de l'Ascension.

Section 3.—Les dispositions de la section 1 ne s'appliqueront pas non plus aux jours des deux dernières semaines du mois de décembre de chaque année.

Section 4.—Le mot "magasin" désigne tout établissement ou lieu où des marchandises sont exposées ou offertes en vente en détail seulement, mais ne s'applique pas:

(a) Aux établissements où l'on vend du tabac ou des objets généralement requis pour l'usage du tabac, tels que pipes, porte-cigarettes, allumettes et autres objets de ce genre;

(b) Aux établissements ou endroits publics où l'on ne vend que des journaux, gazettes, revues périodiques et papiers nouvelles illustrés;

(c) Aux hôtels, auberges, estaminets, tavernes, restaurants, cafés ou établissements licenciés pour le débit ou la vente en détail des boissons ou liqueurs spiritueuses, alcooliques ou fermentées pour être consommées sur les lieux;

(d) Aux magasins de fruits ou confiseries où l'on ne vend ou n'offre en vente aucun article d'épicerie.

Section 5.—Lorsqu'un magasin contiendra plusieurs branches de commerce, la branche principale prévaudra lorsqu'il s'agira de donner effet à la section 1 du présent règlement.

Ainsi donc, sont exceptés dans ce règlement, les marchands de tabac, les marchands de journaux, les établissements licenciés pour la vente de liqueurs, les magasins de fruits et confiseries, tous commerces qui tiennent à côté de leur ligne principale qui

les met à l'abri de la loi, des produits qui entrent directement dans le domaine des épiciers, et tandis que ceux-ci sont obligés de fermer leurs portes les mercredi et jeudi, à 7 heures du soir, leurs voisins plus favorisés peuvent impunément leur enlever un volume d'affaires important sous le couvert d'une loi qui frappe les uns au profit des autres.

Quant au paragraphe 5 qui tend à délimiter les branches de commerce et à en dégager la branche principale dans chaque magasin, comme le faisait remarquer judicieusement le Maire Lavallée, il n'est d'aucune valeur, car il est impossible à la police de se rendre compte à première vue de l'importance des différents stocks, il sert, au contraire, à égarer le jugement et à entraver l'action de surveillance.

La conclusion de tout ceci et qui fut celle de Son Honneur le Maire et des Echevins, est que la loi de fermeture de bonne heure doit être amendée ou rappelée.

Somme toute, la démarche de la délégation de l'Association des Marchands Détaillants n'a pas abouti à un résultat réel et immédiat, mais elle a eu comme conséquence appréciable la reconnaissance par la Ville même de l'inanité d'un tel règlement. Au cours de la discussion il a été plusieurs fois question du commerce libre, l'échevin Prud'homme s'étant offert de soutenir dans ce sens les doléances des Marchands Détaillants devant la Commission de Législation.

Sans nous prononcer d'une façon absolue sur cette question de la méthode de commercer, nous nous demandons si ce ne serait pas là le véritable remède à tant de difficultés et si cette forme d'affaires ne serait pas la plus aisée et la plus équitable. Jetons un coup d'oeil sur ce qui se passe dans les autres pays et nous verrons que cette liberté du commerce est partout en vigueur et qu'il est à déplorer de voir tant de contraintes opprimer les gens sur le sol de la libre Amérique.

Remarquez bien que le jour où cette liberté sera reconnue pour la Province de Québec, cela n'empêchera pas les commerçants de fermer leurs magasins quand bon leur semblera, et nous croyons même qu'une entente se ferait plus aisément entre les commerçants d'une ville sur ce chapitre. Quant aux employés et commis, ils pourraient obtenir à tour de rôle un ou deux jours de sortie, le soir, par semaine, ce qui les placerait dans la même position que celle présente.

Quoiqu'il en soit, le règlement de la fermeture de bonne heure tel qu'il est à présent, est boiteux, il nécessiterait certes de nombreux amendements pour répondre aux desiderata de tous, mais dans cette question comme dans toutes, il faut craindre d'adopter un remède pire que le mal et redouter de troquer son cheval borgne contre un aveugle.

### M. A. F. REVOL DONNE SA DEMISSION DE PRESIDENT DE LA CHAMBRE DE COMMERCE FRANÇAISE

A une réunion de la Chambre de Commerce Française tenue le mardi 14 courant, M. C.-E. Bonin, consul général de France au Canada, a donné lecture de la lettre de démission de M. A.-F. Revol, président.

Nous regrettons vivement cette décision d'un homme qui avait su se rendre sympathique à beaucoup, et qui s'était attiré l'estime et la considération de tout le haut commerce canadien. M. A.-F. Revol, directeur de l'importante maison Perrin, fut six ans secrétaire de la Chambre de Commerce Française, et deux ans et demi président de la même Chambre; il est membre du Board of Trade et de la Chambre de Commerce du district de Montréal.

C'est sur l'initiative et avec son concours que fut publié l'ouvrage "France-Canada", dont les Canadiens ont apprécié

la haute portée utilitaire et instructive et dont la presse française a fait le plus grand éloge.

Espérons que d'ici peu M. Revol nous prouvera qu'il n'a

pas abandonné la lutte pour les intérêts franco-canadiens et qu'il réserve à cette cause encore bien des heures de sa précieuse activité.

## LA CONVENTION ANNUELLE DU BUREAU FEDERAL DE L'ASSOCIATION DES MARCHANDS DETAILLEURS DU CANADA

Le Bureau fédéral de l'Association des Marchands Détaillateurs du Canada a tenu sa convention annuelle les lundi et mardi, 29 et 30 avril écoulé.

Parmi les personnes présentes, citons: M. A. Weseloch, de Berlin, Ont.; E. C. Matthews, de Toronto, Ont.; U. C. Cameron, de Doderich, Ont.; M. Mayer, de Toronto, Ont.; E. M. Trowern de Toronto, Ont.; P. J. Côté, de Québec; W. U. Boivin, J. G. Watson, J. A. Beaudry, J. O. Garcau, A. Laniel, de Montréal, etc.

Les nouveaux officiers élus pour l'année courante sont: P. J. Côté, de Québec, président fédéral. A. Weseloch, de Berlin Ont., 1er vice-président fédéral. W. U. Boivin, de Montréal, 2e vice-président fédéral. J. A. Beaudry, de Montréal, trésorier fédéral. E. M. Trowern, secrétaire fédéral. J. G. Watson, auditeur fédéral.

Après discussion, les différentes résolutions suivantes ont été passées:

**Résolution No 1.**—Nous recommandons que les officiers exécutifs du Bureau fédéral de notre Association soient invités à se rendre auprès des pouvoirs du gouvernement pour attirer leur attention sur ce fait qu'au cas où une commission serait appointée pour la révision du tarif, un des membres de la dite commission devrait avoir une pleine connaissance du commerce de détail.

ADOPTÉ.

**Résolution No 2.**—En ce qui concerne la nécessité d'un amendement au Code Criminel pour permettre au commerce de détail de consulter et de faire des arrangements avec le commerce de gros et avec les manufacturiers, nous renouvelons notre désir de voir aboutir ce projet et soulignons à nouveau toute la nécessité qu'il y a, à obtenir ces amendements du gouvernement du Dominion.

ADOPTÉ.

**Résolution No 3.**—Attendu que les maisons vendant par catalogues ou recevant toutes leurs commandes par poste augmentent dans des proportions inquiétantes au Canada et qu'elles comptent sur la publication et la distribution de leurs catalogues pour assurer leur commerce, nous jugeons qu'il est du plus haut intérêt du public et de celui du marchand qui désire commercer loyalement d'insister à nouveau pour qu'une loi soit passée tendant à considérer comme délit criminel toute fausse annonce concernant un article.

ADOPTÉ.

**Résolution No 4.**—Attendu que l'expérience a prouvé que la manière la plus pratique et la plus économique de distribuer la marchandise au public est par l'intermédiaire de magasins de détail convenablement tenus, que ces magasins forment la base de tous centres commerciaux et que l'accroissement et le développement de ces centres commerciaux dépendent largement de l'entreprise des marchands et de la valeur de l'assortiment de leurs stocks et que tous contribuent à l'augmentation de la valeur des terres des villes et villages aussi bien que des terres de fermes qui les entourent, il est de notre opinion que toute pratique qui détruit ce système de distribution agit au détriment de l'intérêt du peuple du Canada et nous demandons au gouvernement du Canada aussi bien qu'aux législateurs des différentes provinces de faire tous leurs efforts pour prévenir toute atteinte à ce système et combattre tout ce qui pourrait en provoquer

la destruction, comme de prêter aide aux maisons vendant par catalogues en leur accordant des tarifs postaux inférieurs à ceux ordinaires, obligeant ainsi tous ceux qui sont dans le commerce et contribuant à leur part de taxe à préparer leur propre ruine.

En outre du point de vue ci-dessus, nous sommes convaincus que quelque action précise devra être prise par la présente assemblée pour décider d'un plan qui préservera le commerce de détail des villes et cités du Canada.

Nous recommandons aussi que cette Chambre composée de l'Investigation du Comité du Sénat, récemment nommée pour rechercher les causes de la diminution de la population rurales des municipalités,

ADOPTÉ.

**Résolution No 5.**—Attendu que les marchands détaillants ont une connaissance de la marchandise que le public ne saurait posséder et considérant que le public est en général mal informé quant à la nature réelle et à la valeur de la plupart des marchandises offertes par catalogues, il est de notre opinion que les marchands devraient employer tous les moyens en leur pouvoir pour éduquer le public sur ce fait et lui démontrer qu'il pourrait être bien mieux servi et contribuer à l'amélioration de la communauté en dépensant son argent dans les magasins de la ville où il réside.

ADOPTÉ.

**Résolution No 6.**—Attendu qu'il est important pour l'édification des cités, villes et villages des différentes provinces du Dominion, qu'autant que faire se peut, les personnes qui assurent leur vie dans les cités, villes et villages payent dans la mesure de leurs moyens les dépenses courantes des dites municipalités et que dans notre pensée, cela peut être résolu par le fait que les consommateurs dépensent leur argent dans la ville qu'ils habitent, et, attendu que les détaillants qui soutiennent les municipalités sont contraints à payer des taxes sur la propriété d'une forte imposition, nous considérons qu'il serait de toute justice que ceux qui font le métier de colporteur de porte en porte, devraient payer une licence de commerçant de passage. De plus, nous pensons que ceux qui par le moyen de leurs catalogues et leur trafic par poste accaparent une partie du commerce et de l'argent qui devrait revenir de droit aux détaillants de la municipalité et qu'en conséquence, ils devraient payer également une licence ou payer le coût de tels services au Département du Bureau de Poste, sans avoir l'autorisation d'employer le personnel du Bureau de Poste et le matériel nécessaire pour un travail dont l'effet est de détruire le commerce de ceux qui payent les plus fortes taxes, c'est-à-dire, les marchands-détaillants.

La situation actuelle au Canada telle que nous pouvons l'envisager nous montre que 12,000 bureaux de poste sont tenus par des maîtres de poste qui sont en même temps marchands-détaillants, et ces maîtres de poste payent leur propre loyer et dépensent leur temps pour une maigre rédevance qui ne répond pas à la valeur du travail exécuté pour la réception et la distribution des milliers de tonnes de catalogues adressés par des maisons vendant par correspondance et qui s'assurent ainsi des profits aux frais du gouvernement, tandis que les maîtres de poste marchands-détaillants et les commerçants des cités, villes et villages perdent en outre le trafic de leurs municipalités qui leur appartient en toute justice.



Nous demandons en conséquence qu'une enquête approfondie soit dirigée dans ce sens.

ADOPTÉ.

**Résolution No 7.**—Nous décidons que le paragraphe 30 de l'article VI de la constitution soit amendé comme suit: après les mots "cinq délégués", à la seconde ligne, ajouter: "également un délégué de toute section organisée de commerce qui n'est pas représentée dans les cinq."

ADOPTÉ.

**Résolution No 8.**—Nous exprimons le vœu que les membres du Bureau Fédéral de cette Association sanctionne l'amendement fait à la loi sur le poinçonnage de l'or et de l'argent comme agréé par la section des bijoutiers de notre association qui s'est jointe en cela aux sections similaires des manufacturiers et des marchands en gros.

ADOPTÉ.

### LE COMMERCE INTERNATIONAL

La valeur du commerce international a doublé depuis quinze ans; en 1911 elle a atteint le total le plus élevé qui ait jamais été enregistré. Le Bureau des Statistiques du Département du Commerce et du Travail publie, chaque mois, les chiffres les plus récents concernant le commerce de chacun des principaux pays du monde; son volume publié chaque année contient un rapport couvrant les affaires faites pendant une année complète par un nombre encore plus grand de pays. Le nombre de ces pays mentionnés dans son rapport mensuel est d'environ vingt-cinq et, dans son rapport annuel, de plus de cinquante.

Dans chaque cas, cependant, on peut comparer le commerce fait par un pays quelconque pour lequel on a des données, avec celui fait par le même pays pendant la période correspondante de l'année précédente. Une comparaison des chiffres mensuels couvrant une certaine partie de l'année 1911 indique une augmentation de 5 à 6 pour cent sur la période correspondante de l'année précédente. Si ce gain figurait pour la partie de l'année non comprise dans le rapport, les transactions internationales se chiffreraient par un total de 17 billions pour les exportations et de 18½ billions pour les importations.

On voit par là qu'en 1911, le commerce international de l'univers représente une somme approximative de 35½ billions de dollars, contre 30 billions en 1907, 24 billions en 1904, 20 billions en 1901 et 16½ billions en 1896. Ces chiffres forment le total des exportations et des importations de tous les pays pour lesquels on a des données. Comme tous les articles exportés d'un pays sont importés par un autre, on peut attribuer comme valeur approximative aux marchandises ayant été l'objet de ce mouvement, une somme de 17 billions de dollars, contre 14½ billions en 1907, 11½ billions en 1904, 9½ billions en 1901 et 7½ billions en 1896. Les importations, quoique formées d'articles figurant dans les exportations, sont évaluées à un chiffre beaucoup plus élevé que lorsque les mêmes articles sont exportés, car dans la plupart des cas on ajoute au prix de la marchandise les frais de transport et autres frais, pour déterminer la valeur de la marchandise importée. Il en résulte que l'évaluation des importations dans les principaux pays, en 1911, est d'environ 18½ billions de dollars, contre 16 billions en 1907, 13 billions en 1904, 11 billions en 1901 et 9 billions en 1896.

Le tableau suivant indique la valeur globale des importations et des exportations de tous les pays pour lesquels on a pu se procurer des statistiques:

Années	Importations	Exportations	Total
1896. . . . .	\$ 8,807,000,000	\$ 7,716,000,000	\$16,523,000,000
1901. . . . .	10,830,000,000	9,625,000,000	20,455,000,000
1904. . . . .	12,811,000,000	11,322,000,000	24,133,000,000
1907. . . . .	15,688,000,000	14,411,000,000	30,099,000,000
1910. . . . .	17,623,000,000	16,007,000,000	33,630,000,000
*1911. . . . .	18,500,000,000	17,000,000,000	35,500,000,000

\*Estimation.

### LE DETAILLANT ACCORDE LA PREFERENCE AUX MARCHANDISES ANNONCÉES PAR LA RECLAME

Le détaillant qui s'approvisionne d'articles annoncés, débite plus de marchandises avec un stock moins conséquent et possède un stock toujours complet en raison de la facilité qu'il a à se fournir chez le marchand en gros. Il fait plus d'affaires et obtient de plus gros bénéfices. Le capital investi dans son commerce lui rapporte un taux d'intérêt plus élevé.

Tout le monde est familiarisé avec les articles annoncés par la réclame; avec eux, nulle perte de temps n'est occasionnée pour dire ou faire des comparaisons. Le prix en est fixé d'avance. Tout est prêt pour une transaction aisée et rapide.

Entrez dans un magasin de détail et regardez quelques instants ce qui s'y passe. A un comptoir, vous remarquerez un vendeur qui s'évertue à persuader un client de la qualité d'un article dont la marque de fabrique n'est pas connue, malgré ses arguments pressés, il a bien peur de manquer la vente et fait tous ses efforts pour retenir le client. Jetez les yeux au comptoir opposé, un client entre, demande un article annoncé par la réclame, le vendeur s'empressé de le lui fourprendre l'argent et va à un autre client, tandis que le premier commis n'a pas encore réussi à effectuer la vente. Quand vous tenez des produits annoncés, il est rare que vous soyez obligé de faire attendre vos clients. Votre service s'effectue beaucoup plus rapidement, bien que la clientèle soit plus conséquente, et votre magasin ne tarde pas à devenir le "magasin populaire" de la ville ou du quartier.

Voici ce que nous disais dernièrement, à ce propos, un détaillant, des mieux cotés de la place: "Un manufacturier qui annonce son produit a beaucoup plus de chances de m'avoir comme client, qu'un autre dont l'article est de qualité identique, mais qui ne l'a point porté par la réclame, à la connaissance du public, parce que je me suis rendu compte par ma propre expérience que je vends beaucoup plus rapidement les marchandises qui sont annoncées. J'ai plaisir à voir la rapidité du service dans mon magasin. Rares sont les clients qui n'y trouvent pas ce qu'ils désirent, et parce que la plupart sont satisfaits des marques qu'ils savent trouver chez moi, ils considèrent mon magasin comme une maison bien moderne. Sans doute, si je voulais, je pourrais vendre à bon nombre, autre chose que ce qu'ils demandent, mais l'effet produit serait déplorable et j'aurais beaucoup de chances pour que ces clients désappointés prennent, à leurs prochains besoins, le chemin d'un de mes concurrents où il serait fait droit à leurs désirs.

Autrefois, il me vint à l'esprit de discuter et de contester la véritable valeur des marchandises annoncées, mais j'en suis revenu de cette suspicion et je suis depuis longtemps un fidèle adepte des marchandises annoncées. Je m'en trouve fort bien d'ailleurs, je fais beaucoup plus d'argent qu'auparavant, mon stock se renouvelle beaucoup plus rapidement et plus souvent, j'obtiens de mon marchand en gros la quantité que je désire et je n'ai pas besoin de courir bien loin pour cela. Je vous dirais même que j'ai contribué indirectement à augmenter la clientèle de mon marchand en gros en le contraignant à tenir des articles de marques, qui au début n'étaient demandées que par moi, et qui par la suite furent prises en haute estime par mes concurrents qui s'en approvisionnaient chez lui. Je crois d'ailleurs que beaucoup de marchands en gros s'assureraient la meilleure classe du commerce de détail s'ils voulaient se charger de vendre plus d'articles annoncés par une puissante réclame. Quand un marchand en gros tient des marchandises annoncées, il voit venir à lui, en toute confiance, les détaillants les mieux cotés de la place. Il éloigne au contraire cette clientèle choisie, en offrant des marchandises, sans marques, sans noms et dont il ne connaît même pas la provenance.

## LES COMMIS DE VENTE.

Les commis de vente, pour inspirer confiance, doivent éviter de dire un flot de paroles inutiles qui mettent en garde contre celui qui les prononce. Ils doivent exprimer les choses simplement, sans faire de grandes phrases et donner d'une façon juste et fidèle les raisons qui militent en faveur des articles qu'ils ont à vendre. Ils doivent aussi savoir quand il faut s'abstenir de toute appréciation et laisser parler d'elle-même la marchandise. Peu de commis se rendent compte des avantages qu'il y a à savoir délier sa langue ou la tenir, suivant les circonstances.

Les commis dévoués à leurs maisons et fidèles à leur travail ont une supériorité marquée sur les autres parce qu'ils se font des amis de toutes les personnes avec lesquelles ils traitent et les amis sont des clients plus sûrs. Pour arriver à plaire au public acheteur le commis doit agir de telle sorte que se dégage de sa personne l'impression qu'il est digne de confiance.

Partout, aussi bien dans la vie sociale que dans le commerce, on recherche les gens fiables.

Si vous montrez à un client une pièce de drap, ou toute autre marchandise, et qu'il vous demande: "Est-ce qu'elle contient bien tant de longueur?" Si vous ne vous sentez pas certain de donner une réponse exacte et conforme à la réalité, il vaut mieux, pour vous, spécifier que le dit article est vendu à la pièce, car si vous annoncez une mesure et qu'après vérification, un manquant soit constaté, c'en serait fait de la confiance du client vis-à-vis de vous ou de votre maison. Le secret du succès ne consiste pas seulement à savoir ce que l'on doit dire, mais aussi à discerner ce qu'il convient de taire.

Il faut aussi que le commis soit patient, il ne doit pas s'énerver, s'impatienter et laisser voir qu'il est rabattu et fatigué de toutes choses et de tout le monde. Il doit rester froid et impassible, réprimer son humeur et paraître toujours aimable et courtois. Il doit éviter de faire des réflexions désavantageuses sur les clients qu'il sert, d'autant que bien souvent il souligne en eux des défauts qu'une illusion aveugle lui empêche de constater en lui-même.

Chaque connaissance acquise ajoute à l'expérience. Chaque jour, le commis doit ajouter à son savoir quelque chose de nouveau, son observation et sa pensée doivent être toujours en éveil, l'étude des clients doit être une ample source d'enseignement où il doit puiser largement. Il doit passer son stock en revue, souvent et avec soin et avoir le désir d'apprendre tout ce qui concerne les marchandises qu'il est appelé à vendre.

Le commis intelligent doit éviter de s'engager dans une discussion interminable avec un client, il doit se tenir sur une certaine réserve et discuter le moins possible avec la pratique. Que peut-il advenir de bon pour une maison, d'une discussion survenue entre un client et un consommateur, l'un gesticulant d'un côté du comptoir et l'autre accumulant des arguments de l'autre côté. Rien de bon, assurément. Et c'est là qu'il est utile que le commis maîtrise ses nerfs et impose silence à son emportement, quelle que puisse être l'attitude provoquante du client.

Il nous vient en mémoire à ce propos une réponse typique faite par un distributeur de billets à une cliente impetive. Cette dernière était entrée dans la gare une heure avant le départ du train, et le guichet étant fermé elle manifestait par des gestes brusques d'impatience l'état d'énervement dans lequel cette attente la plongeait. Après une demie heure le guichet s'ouvre enfin! Et la femme de s'adresser à l'agent d'une voix courroucée et de lui dire: "C'est honteux de faire attendre les gens de la sorte, voici plus d'une demie heure que je suis ici, que pensez-vous de cette façon de faire?" Et le malicieux agent de répondre flegmatiquement: "Cela n'est rien, madame, moi, j'attends de ce côté du guichet depuis dix ans."

## LES COLIS-POSTAUX FRANCO-CANADIENS

Un service direct de colis-postaux entre le Canada et la France, d'une part, et entre le Canada, l'Algérie et la Corse, via France, d'autre part, a été établi et mis en vigueur à partir du 1<sup>er</sup> mai. Ce service fonctionnera parallèlement à celui qui existe déjà par voie d'Angleterre.

Les colis-postaux directs du Canada seront reçus à Montréal pendant la saison d'été, et à Montréal et Halifax pendant l'hiver; ils seront expédiés par les steamers de la ligne Allan se rendant directement au Havre.

Les taux d'envoi des colis-postaux expédiés directement du Canada en France, sont les suivants:

1 livre	18 cents
2 livres	26 "
3 "	34 "
4 "	42 "
5 "	50 "
6 "	58 "
7 "	66 "
8 "	74 "
9 "	82 "
10 "	90 "
11 "	98 "

Pour chaque colis postal à destination de l'Algérie ou de la Corse, il sera perçu 10 cents en plus, qui devront être payés par l'expéditeur.

Les règlements concernant l'emballage, les déclarations à la douane, les articles prohibés, etc., sont les mêmes que pour les colis expédiés par voie d'Angleterre.

## LE COMMERCE DES DETAILLANTS

Un rapide coup d'oeil jeté aux vitrines prouve que les marchands ont hâte de liquider leurs stocks de costumes de printemps. Ils font de légères réductions qui leur permettent de s'en débarrasser et ils font bien.

Somme toute, le printemps s'est fait attendre plus que de coutume cette année, et les conditions climatiques ont été peu satisfaisantes pour les affaires du détaillant; les vêtements de printemps sont restés en magasins en quantités plus considérables que si le temps avait été plus élément, et les marchands agissent sagement en faisant quelque sacrifice sur leurs prix, car ceux qu'ils obtiennent actuellement sont meilleurs à coup sûr que ceux qu'ils auront du mal à avoir dans quelques semaines. Une légère diminution provoque un regain d'affaires et beaucoup de détaillants ont procédé de cette façon avec succès.

Les vêtements offerts de la sorte ne comprennent aucun des costumes destinés au port de l'été. Ils constituent en grande partie le solde des achats faits de bonne heure dans la saison, et dont la vente ne fut pas aussi active qu'on pouvait l'espérer. Ce sont particulièrement des serges, des whipoorlès et des mélanges de coloris sombres.

## UN CONSEIL

Les premiers beaux jours attirent nombre de promeneurs le soir dans les rues de la ville, c'est le moment de profiter de cette affluence qui passe devant vos magasins et de rendre vos vitrines attractives.

Gardez-vous, sous prétexte d'économie, de priver vos magasins de lumière aux heures de fermeture; ingéniez-vous au contraire à utiliser tous les moyens que l'électricité met à votre disposition et aménagez dans vos devantures des sources de lumière artificielle susceptibles de répandre sur vos articles exposés un éclat qui en rehaussera l'aspect et fera remarquer votre magasin.

## A TRAVERS LA MODE

### LES TENDANCES DANS L'HABILLEMENT.

Les affaires en robes pour le printemps ont été tenues en échec par les conditions défavorables de temps; il faut espérer que ces conditions vont changer et que les manufacturiers et détaillants vont pouvoir se rattraper.

A proprement parler, il n'existe pas de stocks importants, on ne trouve même qu'en quantités limitées des approvisionnements pour robes d'été tels que toiles, voiles de coton, lingerie, etc. Les manufacturiers ont reconnu de l'expérience passée, que c'était généralement s'exposer à d'importantes pertes que de confectionner à l'avance les articles de belle qualité et ils ont jugé bon d'attendre les ordres. Ils ont suivi de près cette décision pour ce printemps et l'on peut dire que peu de stock figure dans leurs ateliers.

Parmi les quelques modèles faits cependant d'avance pour le printemps, on peut citer les soies, les mousselines, les foulards serges et autres variétés de tissus. Ces robes furent lancées pour le commerce populaire et sont offertes maintenant à des prix excessivement avantageux.

Les acheteurs trouveront une extraordinaire variété de dessins dans les marchandises strictement établies pour l'été.

La lingerie, le voile, la soie de Chine, la batiste, le crêpe de coton, les toiles et fantaisies de coton constituent les points marquants de la nouvelle saison. Tous ces tissus sont confectionnés sur une si vaste échelle que tout acheteur peut s'en approvisionner rapidement. Tous ces tissus seront vendus largement d'ici peu, car la vogue des robes lavables est plus grande que jamais et l'on peut s'attendre à en voir une grosse consommation pendant la prochaine saison d'été.

### LA VENTE DE BLANC SERA UN FAIT CARACTERISTIQUE DE LA SAISON D'ETE.

Beaucoup de nouveautés de cet ordre sont montrées. — Nouvelle combinaison empire. — Knickerbockers modifiés.

Les ventes de blanc sont en bonne voie et malgré les conditions de temps défavorables, on peut attendre beaucoup de la faveur marquée qui se manifeste à leur endroit.

La coutume de faire des étalages, exclusifs de blanc est plus en vogue que jamais et donne généralement d'excellents résultats.

Les nouveautés sont à l'ordre du jour. De nouveaux effets d'ornements sont partout en évidence et rendent beaucoup de vêtements comme on dit: "irrésistibles".

Les effets minces et les arrangements de garnitures plates continuent à prédominer et la grande abondance de dentelles employées est un fait marquant qu'il est bon de noter.

Le Cluny est particulièrement choisi suivi de près par le Vals, les variétés allemandes étant spécialement bien représentées.

Les combinaisons de dentelles et de garnitures de broderies apparaissent dans beaucoup de modèles, et les vêtements ornés seulement de broderie forment la plus minime partie des habillements.

La combinaison Empire est un nouveau style bien distinct qui a joué à son apparition à New-York d'une véritable faveur. C'est en quelque sorte un style princesse qui se distingue du modèle courant par une nouvelle attache Empire spécialement appropriée pour le port avec corsets à buste bas si appréciés actuellement.

Cette combinaison attire singulièrement l'attention et puisqu'elle est pratique, gracieuse et conforme aux données

de la mode, il n'y a pas de doute qu'elle ne gagne une jolie popularité.

Les jupes culottes modifiées constituent également un point de mode. Les modèles les mieux agréés tendent à éliminer entièrement le fait du genou serré qui n'a pas été sans soulever maintes objections surtout pour le port de l'été.

Ces semi culottes sont laissées libres à la base, découpées sur les côtés sur une largeur de plusieurs pouces avec des ornements disposés gracieusement dans la découpe.

Les robes l'Princesse avec ou sans garnitures sont bien représentées. Lorsque les garnitures sont employées, elles sont ordinairement de net ou de quelque doux tissu qui s'ajoutera à la délicatesse du vêtement sans en augmenter le volume et sans nuire à sa sveltesse.



Gracieux modèle de robe de toile

montrant l'effet de dessus de jupe et de garnitures de dentelles macramé, deux points actuellement en faveur; ceinture militaire sur le côté gauche; finis de franges en petites boules.

## LES SOIES ET LES TISSUS PELUCHEUX

Tard dans le printemps, les affaires ont atteint un volume important. Nature de la demande

Il a été fait beaucoup de renouvellements d'ordres pour foulards de Jouy de belle qualité. Les radiums imprimés sont appréciés. On espère que pour l'automne et l'hiver, les satins charmeuse tiendront la tête et que les messalines de haute classe ne feront qu'accentuer leur vogue présente. On a bonne idée de l'avenir des crêpes. Les peluches auront leur part de la demande et l'on s'attend à une grosse consommation de velours de soie et velours à côtes

La première quinzaine de mai, ordinairement, voit la fin des grosses ventes pour le printemps. Vers cette date, généralement, les acheteurs espèrent obtenir les fantaisies de printemps en larges quantités, à des prix réduits.

La nouvelle manière de procéder des manufacturiers, en limitant leurs productions, a entravé cette vente au rabais et il s'est fait ces jours derniers une somme assez importante d'affaires de printemps à des prix normaux, les ventes à réduction étant l'exception.

La production de printemps s'est écoulée de façon satisfaisante et les conditions du marché ont été aussi bonnes qu'on pouvait l'espérer.

La demande pour taffetas glacé caméléon est encore assez abondante pour la fin de la saison de printemps. Des coloris spéciaux ont été déjà commandés pour la fin de l'été et le commencement de l'automne.

## Nouveaux ordres pour dessins de Jouy

Les marchands de gros de spécialités ont enregistré de nombreux renouvellements d'ordres pour foulards de Jouy de belle qualité. Les marchands de détail ont également eu un large débit sur cette sorte.

Les producteurs de foulards de haute classe qui renouvellent leurs lignes à mesure qu'avance la saison, rapportent que les nouveaux foulards offerts promettent d'être bien accueillis.

Les radiums imprimés, classés par beaucoup comme foulards, sont également bien en dessins de Jouy, et les plus gros distributeurs ont comme nous la conviction qu'ils verront leur vogue se continuer au fort de la saison d'été et en seront même les favoris.

Le fait que les impressions Pompadour ont été acceptées par les autorités de la mode pour l'automne et l'hiver à venir, facilitera et aidera les ventes d'impressions de Jouy pendant l'arrière saison d'été.

Il est reconnu que les tissages de couleur se combinent bien avec les tissus unis pour l'établissement de costumes de haut style, spécialement pour adaptation de la forme paulier.

## Pour l'automne et l'hiver

Les types de tissus qui seront en faveur pour l'automne et l'hiver prochains, se dessinent graduellement, et tout laisse à entendre que les provisions générales seront rencontrées.

Le satin charmeuse viendra en première ligne. Les importateurs aussi bien que les fabricants, en ont la certitude.

Le satin charmeuse occupant la première place, les acheteurs s'attendent à une continuation de la demande remarquablement forte en ce moment pour les messalines de belle qualité, spécialement celles dans une large gamme de couleurs, et avec un fini qui ressemble beaucoup à un satin de prix.

Les crêpes de satin atteindront selon toute évidence, la haute position qu'on leur prédisait.

Non seulement les ventes de satin ont été plus conséquentes qu'espérées chez les grands faiseurs, au commencement de ce printemps, mais on considère les satins comme favoris certains de la prochaine saison.

## Les costumes de soie

Les fournisseurs de la belle clientèle ayant accepté les costumes de soie pour le port du printemps et de l'été, les soieries en général étant en particulière faveur, on peut dire dès maintenant que les costumes de soie confectionnés dans des styles nouveaux auront encore les honneurs de l'automne et du début de l'hiver.

Nous pensons que le tissage nouveau sera du genre du coté Bayadère qui est plutôt large, plat et légèrement broché de fils en effets croisés.

Les gravures des modèles de printemps reçues récemment de Paris, montrent les Bayadère cotés confectionnés en combinaisons d'effets verticaux et horizontaux, les premiers pour la veste et les seconds pour la jupe.

## Les peluches seront en bonne demande

Les peluches fantaisie, pour robes et chapeaux, sont très prisées des marchands qui placent leurs ordres de bonne heure dans la saison. Il est maintenant certain qu'elles seront employées comme accessoire de chapeaux et pour tous besoins de garnitures en général.

En coloris appropriés, les peluches de fantaisie se rencontrent largement en garnitures de robes de dehors, et plus spécialement pour le port des enfants.

Les tissus velus sont dans une excellente position.

Les fabricants de velours ont pris beaucoup d'ordre d'avance. Les velours à longs poils sont les plus demandés et les grandes ou petites largeurs sont en égale faveur.

On s'est préparé sérieusement en vue d'une grosse distribution de velours à côtes (velveteens), et ce, avec juste raison, croyons-nous, car on se rappelle que l'an dernier le velours fit défaut assez tôt dans la saison et beaucoup de maisons durent, de ce fait, supprimer quelques-uns de leurs plus gracieux modèles. Nul doute que ces dispositions prises à l'avance ne soient couronnées de succès et que la distribution se fasse de façon profitable.

La réduction forcée de la production, due aux grèves récentes en Angleterre et en Amérique dans les centres de fabrication des velours, donne à penser que les stocks sont à un faible niveau, juste suffisant pour assurer la consommation et qu'en conséquence les prix se tiendront fermes, tout au moins à l'ouverture de la saison.

## Les imitations de fourrures

Les imitations de fourrures sont appelées à une vogue certaine. Les tissages serrés du genre de l'astrakhan promettent d'être en faveur dans les belles qualités.

## DEUX TYPES DE CORSAGES

Corsage en foulard imprimé. Devant et manche en foulard uni. Col en linon bordé de foulard et d'Irlande. Volants des manches en linon plissé ourlé d'un petit velours mauve. Ceinture en velours mauve.

Corsage en mousseline de soie avec bandes et poignets en mousseline imprimée. Col en satin ourlé de soie; boutons en tissu. Guimpe en tulle.

## LES TISSUS

### LAINES ET WORSTEDS.

Pour l'automne et l'hiver.

Les tissages et dessins qui auront la meilleure faveur pendant la saison prochaine.

Les serges unies et les serges deux-tons ainsi que les whipcords auront une large distribution. — Les cordés Bedford gagnent en faveur. — Les tissus de douces laines seront parmi les nouveautés. — Les prix continuent à être fermes.

La plupart des ordres d'avance pour l'automne et l'hiver 1912-1913 ont été pris.

Beaucoup d'importateurs s'embarquent à présent pour l'Europe afin de noter les tendances des styles aux réunions de courses de la Grande Semaine de Paris allant du Grand-Steeple au Grand-Prix de Paris. C'est à ces fêtes mondaines que se lancent les nouveautés qui marqueront la saison et que les nouvelles idées sont présentées au public.

En général les ordres d'avance pour l'automne et l'hiver prochains ont été très satisfaisants.

Quant aux affaires de printemps, elles furent décevantes. Les fabricants qui avaient confectionné pour leur stock des articles écossais n'ont pas obtenu la répétition d'ordres qu'ils attendaient. Ceci s'est manifesté particulièrement chez les gros confectionneurs qui sont en matière d'étoffes d'importants agents de distribution.

Les voyageurs qui avaient commencé leur tournée très tôt dans la saison dans l'espoir de recueillir de nouveaux ordres pour articles de printemps durent se contenter de prendre des commandes sur échantillons d'étoffes pour manteaux et robes pour l'automne et l'hiver.

### Les worsteds gagnent en position.

Les fabricants de worsted ont cependant enregistré du mieux depuis le commencement de l'année.

Les tissus de serges furent pris en confiance pour port des enfants et jeunes filles et pour toutes confections; le même degré de faveur fut marqué pour les whipcords unis et deux tons pour le port du printemps.

Les fabriques de worsted firent de bonnes affaires dans les tissages ci-devant nommés.

Ce large mouvement en faveur des serges unies et des whipcords pour le printemps entraîna naturellement l'abandon partiel des articles de robes de fantaisie qui de ce fait n'eurent qu'une attention comparativement limitée.

Cet état de choses a enclin les marchands à retarder leurs ordres pour l'automne et l'hiver et ils différeront leurs ordres le plus possible pour ne les remettre qu'au dernier moment.

### Les lainages.

Ces mêmes conditions mentionnées plus haut sont générales. Pour les lainages, il y a deux catégories de fabricants: Les uns produisent à des prix populaires les lainages avant le toucher, le fini et les combinaisons de couleurs des tissus de hauts prix; les autres se sont fait un véritable succès dans la production des nouveautés en lainages. Les confectionneurs qui pouvoient au commerce des détaillants ont fait d'assez bonnes affaires en lainages de nouveautés pour vêtements de dehors.

### Les achats sûrs pour l'automne.

Avec la tendance qu'il y a à éviter les changements complets on peut dès maintenant prévoir quels seront les tissus pour robes qui se vendront bien pendant l'hiver et l'automne à venir.

Les serges et whipcords unis ou deux tons auront une large distribution. On s'attend à une bonne demande de whipcords avec rayures de poils longs.

Les cordés Bedford gagnent en faveur et jouiront d'une bonne popularité pendant toute la prochaine saison. Les fonds sombres en tissages cordés seront agrémentés de rayures de couleur.

### Les lainages doux constitueront la nouveauté.

Les tissus de douce laine du genre des velours auront la



### Jupe séparée

de faille blanche, montrant une adaptation pratique du panier

première place parmi les nouveautés.

Non seulement ils seront choisis pour jaquettes de costumes et pour longs vêtements extérieurs, mais ils seront aussi employés sous forme de garnitures de vêtements faits de tissus unis.

Les très doux tissus d'hiver du genre de la peau de souris promettent bien surtout en mélanges discrets.

Les effets de velours sans couture seront de hautes nouveautés.

Ce qui marque bien la vogue des rayures à Paris est le rap-



Costume façon tailleur

Col et revers en satin avec effets boutonniers. Garnitures de passementerie

port  
de lai  
L  
ges f

et en  
brique  
longs  
L  
rayon  
L  
Aux  
accus  
L  
prix  
appro

Il a e  
dan  
le

L  
plus s  
L  
Sheth  
des a  
genre  
E  
blanch  
un jo  
cté si  
vailler  
tuer l  
O  
leur c  
sin n  
effets  
dans

L  
sivem  
dimin  
L  
dessin  
d'autr  
lourde  
ordin

D  
d'omb  
motif  
P  
noirs  
forme  
P  
avec  
O

port fait par les marchands en gros des ordres remis de velours de laine avec fonds sombres et rayures fines en couleur.

Les fonds noirs et bleus sont striés de rayures fines en rouge foncé, héliographiques ou verts clairs.

#### La demande courante.

Pour la demande courante, les serges et whipcords en unis et en effets 2 tons sont sans contredit les tissus de base. Les fabriques qui produisent de tels tissus ont des ordres notés de longs mois avant la livraison.

Les mohairs en effets masculins sont exceptionnellement en faveur.

Les prix pour fournitures de robes se maintiennent fermes. Aux ventes d'avril faites à Londres les prix pour lainages ont accusé un pas en avant.

Les fabricants de tissus qui n'ont pas encore modifié leurs prix, assurent qu'au printemps 1913 les lignes seront augmentées approximativement de 10%.

#### LES VOILAGES

**Il a été fait un bon volume d'affaires en voiles Shetland et dans ceux blancs avec un tout petit fil noir soulignant les principaux dessins. Dans les voilages noirs, les effets d'ombre sont les plus en demande; quelques-uns d'entre eux sont faits avec mailles Tuxedo**

Les rapports obtenus sur les conditions des voilages sont des plus satisfaisants.

La faveur actuelle dont jouissent les nouveautés de voile Shetland ne porte aucun caractère de fléchissement. La plupart des affaires de printemps ont été faites en nouveautés de ce genre.

En outre des blancs unis, les effets blanc et noir, les mailles blanches avec les motifs principaux dessinés en noir ont obtenu un joli succès. La demande pour ces deux sortes de voilage a été si conséquente que les manufacturiers, tout en faisant travailler leurs machines sans arrêt, arrivent difficilement à effectuer leurs livraisons en temps.

On a fait bon accueil également à quelques Shetland de couleur chair unie, et aussi de nuance chair avec le contour du dessin noir. Mais la forte tendance est aux effets blancs et aux effets blanc et noir. Ces derniers sont pris à un certain degré dans les mailles régulières Tuxedo.

#### Bonne vente de dentelles blanches pour voilages

Les voilages en dentelles blanches se sont vendus exceptionnellement bien et tout laisse à penser que cette faveur, loin de diminuer, ne fera qu'augmenter dans de larges proportions.

Les voiles blancs Shetland, du genre des modèles de lourds dessins irréguliers présentant de larges ouvertures, ou sous d'autres formes, telles que simples ou doubles hexagones, en lourdes trames, se vendent de façon contraire. Ces voiles sont ordinairement finis d'une bordure de broderie de fantaisie.

#### Les mailles noires sont en faveur

Dans les voilages noirs, les préférences vont aux dessins d'ombre. Quelques-uns des plus gracieux d'entre eux ont leurs motifs en allover roulant, dessinés d'un fil de lourde soie.

Parmi les fournitures les plus en demande pour voilages noirs, on peut noter les hexagones unis et les nets russes, en formes simples et modifiées.

Pour le commerce ennemi des idées avancées, les Tuxedo avec points tissés, jouissent d'un haut degré de faveur.

On peut en dire autant des nouveautés de points de chemise

dans les mailles les plus récentes. Ceux-ci sont particulièrement appréciés en fins points serrés et s'adressent surtout au commerce de luxe.

#### Les voiles de chiffon

Pendant ces dernières semaines, les ventes de voilages de chiffon dans les fortes grandeurs ont été principalement brillantes. Les voiles de chiffon mesurant 2½ verges sur environ 22 pouces, sont en bonne demande. Ils ont été pris en nuances unies et en effets ombrés. Les voiles genre Shetland, avec larges mailles ouvertes, ont été pris à quelque degré dans les sortes ombrées.



Blazer tricoté

avec col à encoche et poches rapportées.

#### LES MANTEAUX COURTS

Les manteaux courts semblables à des vestons comme celui de l'illustration ci-dessus sont appelés à jouer d'une bonne vogue pendant la saison d'été. C'est le vêtement rêvé pour les sports. Son aspect négligé n'est pas sans distinction et est empreint d'un petit chic particulier. Il donne une allure juvénile qui est loin d'être déplaisante.

Il sera très apprécié à la campagne où les soirées sont fraîches et où il est bon de se précautionner pour une promenade nocturne où une partie de bateau, d'un vêtement peu lourd et peu embarrassant. Nous prédisons à ce genre masculin, mais gracieux cependant, dans sa simplicité, un joli succès.



F 1451

\$13 75

## FAITES DE CETTE ROBE VOTRE PRINCIPAL ARTICLE DE VENTE.

Cette robe élégante, en soie Messaline, du Dernier Genre pour l'Automne, est faite dans toutes les nuances unies : le corsage est fini par un peplum : une ruche de soie entoure l'épèicement et les manchettes, et une double rang descend au centre de la jupe.

### \$13.75 chaque

Nos voyageurs sont maintenant en route avec un assortiment complet pour l'automne.



## R. D. FAIRBAIRN CO.

LIMITED

107 rue SIMCOE,

### TORONTO.

BUREAUX - SUCCURSALES :

MONTREAL.

WINNIPEG.

VANCOUVER.

Président : Rhys D. Fairbairn

Vice-Présidents : F. J. Knight,

W. C. Cliff.



## LES DENTELLES

## LA DENTELLE EST EN FORTE DEMANDE.

Le ratiné et le macramé continuent à se vendre considérablement. — Le Venise est en bonne demande. — Le Cluny est très apprécié et on espère voir sa vogue persister tout l'été. — L'attention portée aux dentelles d'ombre, en blanc et dans les nouvelles teintes beurre, est excellente.

La demande pour la dentelle continue à être très active. En l'espèce, elle concerne toutes les dentelles qui trouvent acheteurs également bien jusqu'à un certain degré alors que d'autres provoquent un courant d'affaires aerveilleux et véritablement surprenant.

On entend de toutes parts: "La vogue de la dentelle est fabuleuse, jamais on n'a eu une aussi bonne année", et les indications de styles aussi bien en Amérique qu'à Paris laissent entrevoir la continuation de cette vogue sans précédente.

Pour les dessous, pour les robes, jupes, corsages, articles de cou, les dentelles sont employées plus que toute autre garniture et l'on en remarque des quantités sur les chapeaux particulièrement sur les modèles habillés.

## Les ratines et les macramés sont en tête.

La demande pour les ratines continue à se manifester de façon surprenante et les ordres qui arrivent de tous les points du pays prouvent que cette popularité ne se limite pas seulement à une ville ou à une province.

Ce genre de dentelle est largement employé pour cols de manteaux tuniques, pour robes de soie et même pour robes de lingerie. Les bandes de ratine se voient partout aussi bien en blanc qu'en créu.

Les différentes variétés de macramé continuent à disputer la première place aux ratines dans la faveur populaire. Actuellement leur demande est également générale et étendue.

## Belle position du Venise.

Une autre dentelle de la variété Plauen qui tient un rang enviable à un degré surprenant est le Venise.

Les allover de Venise sont spécialement en forte position dans les lignes à prix populaires et un gros volume d'affaires continue à être enregistré sous forme de bandes.

Les garnitures de boules en étroit Venise sont en forte demande pour emploi sur robes de lingerie et pour articles de cou.

Récemment les points Van Dyke ont gagné une faveur considérable.

Les dentelles de Cluny, spécialement les variétés en toile, conservent aisément leur situation prédominante et les indications présentes permettent de bien augurer de leur faveur soutenue pendant tout le cours de l'été. Les bandes sont la forme de dentelle qui se vend le plus couramment. On en emploie non seulement de grosses quantités sur robes et corsages, mais aussi bien sur jupons en mousseline.

La vogue pour les garnitures de Cluny sur sous-vêtements en mousseline a été si considérable cette saison que les dentelles de Val et autres anciennes favorites ont été jusqu'à un certain point reléguées à l'arrière plan.

Le Cluny ne dément pas sa renommée en tours de cou, particulièrement en lignes de prix moyens et articles de luxe.

Les ventes excellentes consignées sur le Cluny véritable et sur les bandes de vrai filet constituent un record.

Les filets dans les qualités meilleur marché se vendent assez bien principalement aux confectionneurs de robes d'été.

## Les dentelles d'ombre sont en faveur croissante.

L'attention portée aux dentelles d'ombre et à celles d'un caractère similaire s'est développée d'une façon très prononcée. Quelques manufacturiers n'hésitent pas à prédire qu'avec la venue de la saison d'été elles remplaceront en grande partie les ratines et les macramés qui jouissent actuellement d'une vogue surprenante.

Beaucoup de dessins nouveaux et attrayants ont été ajoutés aux lignes déjà très étendues et toutes les largeurs jusqu'à 27 pouces se vendent de façon remarquable.

Les rapports reçus de Paris mentionnent la préférence marquée pour les dentelles d'ombre sur robes, tours de cou et chapeaux. On a fort admiré un jabot de très fine dentelle d'ombre crème descendant du côté de la gorge jusqu'à la partie inférieure du corsage sur le devant et se continuant sur la jupe le long de l'ouverture du côté, presque jusqu'au genou.

Un autre article de nouveau fait de dentelle d'ombre est un voile destiné à être porté avec costumes habillés.

Quelques modèles particulièrement attrayants en teintes crèmes sont montrés actuellement, les extrêmes étant terminées en glands de perles.

Les plissés, fichus, jabots, etc., de dentelles d'ombre continuent à se vendre en grosses quantités.

Dans les chapeaux, les dentelles d'ombre sont largement utilisées en petites choses plissées formant bords et rosettes de fantaisie ou ornements de forme tuyauté.

Les blancs demeurent en forte évidence, mais les nouvelles teintes beurre gagnent du chemin surtout dans les lignes de haut prix.

## Une nouveauté à succès.

Dans les lignes extra-exclusives, la dentelle de la saison est celle dite "Misella". Cette nouveauté a conquis Paris rapidement et gagnera sans nul doute possible et sans tarder la faveur des autres pays. Cette nouvelle dentelle appartient à la famille de la dentelle Bohémienne et se distingue par une lourde tresse ou ruban de fil autour de laquelle la trame du fond en lourde toile est travaillée dans un dessin ouvert.

De jolies bandes de cette dentelle sont fréquemment notées sur robes ultra fashionables.

## QUELQUES GENRES DE BLOUSES

Blouse en tulle et Malines. Ceinture drapée et col Robespierre en taffetas émeraude. Fichu en linon bordé Malines.

\* \* \*

Blouse en tulle plissé; col de Malines ainsi que les volants des manches. Ceinture noués et lisérés en taffetas.

\* \* \*

Blouse en voile imprimé. Col et lisérés de satin rouge bordés de galon brodé. Volants de mousseline ourlés à jour.

\* \* \*

Blouse en foulard Kaki quadrillé. Col et poignets lingerie à motifs d'Irlande. Rabat lingerie ourlé à jour.

\* \* \*

Blouse en linon plissé garnie valenciennes avec revers en Malines. Guimpe en tulle avec jours. Cravate en velours.

## LES CHAPEAUX

On espère une bonne demande pour les garnitures de fleurs. Les chapeaux pour la campagne sont très en vogue

La popularité espérée pour les garnitures de fleurs s'élabore petit à petit. Les brindilles de roses constituent une nouveauté très appréciée. Le voutour blanc, les ailes blanches et les fantaisies d'autruche blanche continuent à se vendre largement

Quelle est exactement la caractéristique de la mode en chapeaux, cette saison, est une question à laquelle il est malaisé de faire une réponse rigoureuse à cause du changement continu qui s'opère, tant dans les formes que dans les garnitures.

Il y a quelques jours, une modiste nous déclarait: J'ai rarement vu une saison semblable, à peine une chose est-elle consacrée par le goût populaire, qu'elle disparaît et semble morte à jamais, et à peine vient-elle de disparaître qu'elle renaît à nouveau plus en faveur que précédemment.

Le temps n'est franchement pas favorable au développement des affaires dans ce sens et elles se meuvent lentement. Les magasins de détail font tout ce qu'ils peuvent pour stimuler les ventes, mais le volume d'affaires faites, même en styles garnis de plumes est bien au-dessous des prévisions; quant à la demande pour numéro garnis de fleurs, elle est des plus restreintes.

Un vendeur d'un important magasin de la ville, nous disait dernièrement: "Comment voulez-vous qu'on effectue de grosses ventes? Un jour il fait beau et chaud et les clientes affluent à notre magasin, puis pendant 3 ou 4 jours, il pleut ou il fait un temps froid et maussade et peu de clientes franchissent le seuil de notre porte. Dans de telles conditions, il est difficile de faire une bonne saison de printemps, il faudrait que le temps se mette de la partie et nous donne une aide indispensable."

En dépit de cet état de choses peu encourageant, les esprits n'en demeurent pas moins optimistes et beaucoup de confections sont préparées pour styles de mi-été qui seront à coup sûr en fortes demandes quand le beau temps nous sera venu.

## Les fleurs accusent une amélioration

Bien que les garnitures de fleurs n'aient pas atteint la place prédominante à laquelle on pensait généralement les voir s'élever, on ne perd pas tout espoir de les voir conquérir ce rang et l'on s'attend à une augmentation rapide de la demande aussitôt que les beaux jours feront leur apparition.

Dans toutes les récentes importations, les chapeaux de paille d'Italie, garnis de fleurs, prédominent. En addition aux garnitures de fleurs, les dentelles, particulièrement de la variété d'ombre, s'emploient abondamment, et des petits nœuds élégants et des appliqués de rubans, surtout de fantaisie, de cordés et styles bordés de picot, en largeurs étroites, sont en considérable évidence.

Une nouveauté florale qui fait l'admiration de tous et attire grandement l'attention est celle dite: "brindilles de roses". Elle se compose d'une lourde tige de 10 pouces de long garnie de petites grappes de boutons, à intervalle, grossissants, et parsemées ici et là de petites feuilles à peine ouvertes. Ces brindilles se font en nuances variées, mais les riches teintes d'oeillet sont de beaucoup celles préférées.

Un modèle de Milan, noir plat, noté récemment, avec le bord supérieur en crêpe de Chine blanc, était garni de plusieurs de ces brindilles placées autour de la calotte, à mi-chemin, entre le bord et la passe, se recouvrant l'une l'autre légèrement.

Parmi les fleurs, les roses de juin, les beautés d'Amérique, les lilas, les bluets, les glycines et les pensées, sont les favorites du moment.

## La demande des voutours blancs

Les plumes de voutour blanc sont depuis quelque temps en pleine vogue, de même que les ornements de plumes blanches en général. Les manufacturiers nous signalent une excellente demande dans ces sortes. On remarque quelques arrangements de plumes blanches, spécialement bons à vendre avec des motifs de soie blanche à la base.

Des ailes blanches et tendus de plumes blanches pour emploi comme bords de passe et rebords, continuent à se vendre en quantité. Les fantaisies d'autruche, bordants, etc., demeurent en bonne position.



Élégante chemisette de satin blanc

montrant un nouveau fini au cou, l'étroit col plat et le devant de la chemisette en forme de V. Cette ouverture est comblée avec de doux plissés de chiffon couleur chair. Chapeau tailleur de Milan brun avec original ruban de fantaisie.

## UNE NOUVEAUTE EN CHAPEAU

Une nouveauté très jolie consiste à garnir le dessous des chapeaux; cela est charmant au possible! La passe est entièrement garnie, soit de ruches, soit de bonillottes de mousseline très flous, retenus par de minuscules guirlandes de roses, de muguet, ou de myosotis, le tout très léger. Le visage ainsi encadré prend une extrême douceur, donc, le dessous du chapeau est très travaillé et le dessus reste sans aucune garniture, ou presque rien, un simple lien de velours noir suffit.

Les fleurs ne garnissent pour ainsi dire que les grands chapeaux, soit disposées en couronne, soit en piquet très enlevé. Les formes souples, genre capeline accompagnent à ravir les toilettes d'été; une simple grosse rose piquée sur le côté et un ruban de velours noir formant bride tombant derrière en feront une bien jolie coiffure.



D—Un corsage bien fini avec col bas. Fait de fine mousseline claire mercerisée avec pinceau brodé; plissés derrière devant et aux manches. Garni d'imitation de dentelle "baby Irish" offert par 1/2 douzaines de grandeurs assorties 32 à 38 \$9.00 la douzaine.



B—Un très joli corsage fait de fine batiste. Rempiècement de dentelle d'Allover; garniture de Cluny derrière, devant et aux manches. Offert par 1/2 douzaines, tailles 32 à 40 \$12.00 la doz.



E—Une blouse attractive qui se vend à première vue. Faite de très fine mousseline claire avec médaillon posé sur le devant; garnie de fine dentelle Cluny, plissée devant, derrière et aux manches. Tailles assorties 32 à 38. Offerte par 1/2 douzaines - - \$12.00 la douzaine.

## BLOUSES POUR LES VENTES DE L'ETE

Parfaites d'aspect et de styles dernier genre, elles répondent exactement aux désirs de vos clientes.

NOUS SOMMES PRETS A FAIRE  
TOUS ENVOIS

**W. R. BROCK COMPANY (Limited)**

MONTREAL.

## RE-ASSORTIMENT

Augmentez vos ventes en ayant les marchandises requises pour satisfaire aux demandes.

Nous pouvons vous être utile à cet effet — Nous avons en magasin les lignes qui seront le plus en demande durant la saison d'été, qui est maintenant arrivée, — et nous pouvons vous fournir les articles suivants :

ETOFFES A ROBES	LAWNS	CARRES DE TAPIS
MOUSSELINES	LENOS	BLOUSES
SOIES	GALATEA	COUVRE-PIEDS
SATIN	OXFORDS	SOUS-VETEMENTS
TOILES	COUTILS	BAS
TWEEDS	DEMIUS	CHAUSSETTES
SERGES	PRELARTS	CHEMISES
DOUBLURES	LINOLEUM	FAUX-COLS
VELOURS	TOILES CIREES	CRAVATES
MOHAIRS	RIDEAUX	GANTS
COTONNADES	PORTIERES	IMPERMEABLES
INDIENNES	DAMAS	SALOPETTES
GINGHAMS	RUGS	ETC., ETC., ETC.

Notre département de Binbeloterie contient quantité de LIGNES SPECIALES A DES PRIX SPECIAUX.

**RUBANS, DENTELLES BRODERIES, JABOTS, PARURES DE BLOUSES, COLS MARINS, CARNITURES DE ROBES, SACS A MAINS, ETC., ETC. EN GRANDE VARIETE.**

Articles de Tablette choix insurpassable.

Donnez-nous l'occasion de vous prouver nos avances. La Maison où vous trouverez ce dont vous avez besoin, est sans aucun doute la Maison

**ALPHONSE RACINE & CIE.,**  
**NEGOCIANTS & FABRICANTS,**  
**MONTREAL.**

## C'EST MAINTENANT LE MOMENT

de compléter vos achats en prévision du commerce d'automne.

## NE DIFFEREZ PAS PLUS LONGTEMPS

Votre commerce exige que vous ne soyez pas le dernier. N'attendez pas que les meilleures Valeurs soient toutes vendues.

### **Nouveautés dans toutes les lignes.**

**Flanellettes** : — VELOURS, DURBAR, MELTON, CEYLAN,  
EMPIRE TWILL, ARCTIC FLEECE.

Pour Robes d'Intérieur et Kimonos

PATRONS FLEURIS, BARRÉS, A BORDURE FANTAISIE.

**Etoffes à Robes** : — WHIP-CORDS, DIAGONALES, SERGE  
MARINE, DRAPS, VELOURS.

**Voilà quelques-unes des plus Hautes Nouveautés de la  
saison, que vous trouverez dans notre Département C.**

**Sous-Vêtements** : — pour Hommes, Femmes, Garçons et Fillettes,—  
Marques "Eureka" "Pen-Angle" "Impérial" "St. Georges"  
"Hygeian"—dans les différents genres, finis et pesanteurs.

Assurez-vous de bonne heure la livraison d'un assortiment de **Sweaters, Coat, Sweaters, Golfers**.—Nous commencerons nos livraisons d'automne vers le 1<sup>er</sup> du mois prochain. Nos voyageurs sont sur leurs routes respectives avec la collection complète de nos échantillons, ils seront fiers de vous montrer les différents genres qui vous intéressent, et de vous faire quelques suggestions à propos de lignes nouvelles qui vous seraient avantageuses:

**ALPHONSE RAGINE & Co**  
NEGOCIANTS & FABRICANTS

MONTREAL

# Fred. E. Letendre & Co.

Une avalanche de merveilleuses Broderies.

**100,000 VERGES**

de

**"SECONDS,"**

à être vendus par lots de

**2000 verges ou plus.**

Prix allant de

**3 à 4 cents par verge,**

(selon la quantité).

Nos voyageurs de ville seront heureux de vous visiter sur demande par téléphone ou carte postale.

Assortiment complet de dentelles et broderies exposé à nos magasins.

Demandez-nous et choisissez votre collection avant que l'assortiment soit entamé.

**Un coup d'affaires en dentelles.**

Les détaillants seront intéressés dans les lignes suivantes :

**Torchons. Cluny. Soie artificielle. Allovers. Insertions et bordures. Crochet. Oriental. Macramé pour chapeaux. Etc., Etc.**

**Toutes dentelles et broderies d'un délicieux dessin.**

Téléphone,  
**MAIN 2067.**

**301 Edifice Coristine,  
MONTRÉAL.**

**Coin des  
rues St-Nicolas  
et St-Paul.**

VES

Le  
vêtement

Le

manche

manche

manche

pour

pour

pour

cordons

de D

de L

de 24 po

de G

de far

de robes

de robes

de 26 po

de dis qu

de L

de longs

de satin

de D

de bordu

de les ta

de teaux

de O

de semai

de Co

de gneur

de unis, c

de bien q

de blanch

de O

Vêt

Ta

Tentio

traire

jolis r

tissus

Q

de sédant

de pendan

de froit

de La

de veauté

de nouve

de La

de se ren

de tumes

de La

de coupe

de gneur

de joigna

de La

de égalem

de jouiss

de Il

de naison

de et ble

de même

de la jup

de La

de de far

de plus.

## VESTES DISTINCTES ET MANTEAUX POUR L'ETE

La demande pour vestes isolées se continue actuellement aux vêtements pour le port de l'été.

Les norfolks, les mackinaws, les blazers et autres courts manteaux de ce genre sont l'objet d'importantes commandes venant d'un peu partout. De fait, on a enregistré ces temps derniers beaucoup de renouvellements d'ordres dans les vestons pour femmes, de ce caractère.

On les rencontre particulièrement en serges unies, whipcords et rayures très fines, aussi bien qu'en mélanges de fantaisie, tweeds et tissages paniers.

Les longueurs qui se vendent le mieux varient entre 28 et 24 pouces.

On accorde aussi une bonne attention à de courts manteaux de fantaisie, en charmeuse et taffetas, destinés à être portés sur robes d'été. Quelques-uns d'entre eux sont très courts, particulièrement ceux en taffetas de nuance légère, qui se font de 20 à 26 pouces de longueur et sont munis de manches au coude, tandis que certains n'ont pas du tout de manches.

Les plus courts manteaux de charmeuse sont ordinairement longs de 36 à 45 pouces, et la plupart sont doublés et garnis de satin légèrement coloré, de chiffon ou de soies de nouveauté.

De longs pardessus de charmeuse en noir et en couleurs, bordés de marabout ou de duvet de cygne, sont très élégants; les taffetas noirs et de couleurs sont également notés en manteaux de pleine longueur.

On a porté un intérêt considérable pendant ces dernières semaines aux manteaux de toile.

Ceux-ci sont ordinairement des vêtements de pleine longueur et ceux qui se vendent le mieux sont les modèles les plus unis, employés spécialement pour le voyage ou pour l'automobile, bien qu'il y ait des manteaux de fantaisie en toiles naturelles et blanches qui figurent avantageusement parmi les lignes.

On voit également des norfolks et des blazers en toile.

## COSTUMES POUR L'ETE

## Vêtements en toile, coton, drap d'agaric et autres tissus

Tandis que certains manufacturiers ne portent que peu d'attention aux costumes destinés au port de l'été, il en est au contraire qui s'y spécialisent volontiers et confectionnent quelques jolis modèles en toiles, crashes, coton, drap d'agaric, et autres tissus appropriés pour les temps chauds.

Quelques maisons montrent des toiles de haute qualité, possédant un doux fini et qui, contrairement à ce dont on s'est plaint pendant les saisons passées, auront cette propriété de ne pas se froisser à l'usage.

Les crashes (draps rugueux) les toiles rayées et les nouveautés en tissages, sont employés pour la confection des plus nouveaux modèles qui ne manquent pas d'être des plus gracieux.

Le drap de coton agaric, aussi bien en blanc qu'en couleurs se rencontre dans beaucoup de maisons et est employé pour costumes complets tout comme pour besoins de garnitures.

Les styles qui se vendent le plus aisément, sont les vestes à coupe évasée, légèrement modifiée, d'environ 26 pouces de longueur, beaucoup ayant la couture du dos en deux sections se rejoignant un peu au-dessus de la taille.

Les effets de demi-ceintures ou de ceintures entières se font également et dans les petites tailles, les norfolks de ce caractère jouissent d'un excellent succès.

Il y a quelques demandes pour costumes faits d'une combinaison de deux tissus. Par exemple, une jupe de toile rayée, blanc et bleu, avec une veste de toile bleue, le col et les revers de la même toile que la jupe; un norfolk couleur khaki avec col blanc, la jupe blanche unie.

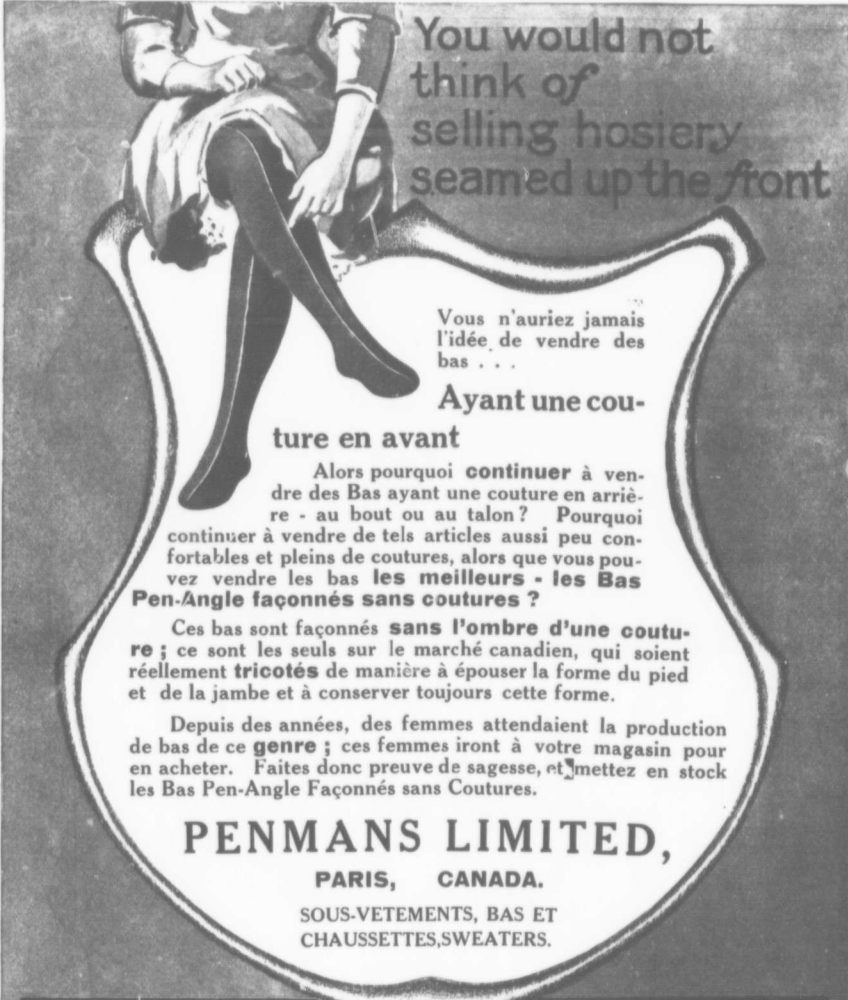
Les jupes pour costumes d'été sont faites en 2 et 2½ verges de largeur; dans beaucoup d'entre elles on note l'introduction de plis.

## LA MODE MASCULINE



La Redingote

Modèle du "American Gentleman".



You would not  
think of  
selling hosiery  
seamed up the front

Vous n'auriez jamais  
l'idée de vendre des  
bas . . .

**Ayant une cou-  
ture en avant**

Alors pourquoi **continuer** à ven-  
dre des Bas ayant une couture en arriè-  
re - au bout ou au talon? Pourquoi  
continuer à vendre de tels articles aussi peu con-  
fortables et pleins de coutures, alors que vous pou-  
vez vendre les bas **les meilleurs - les Bas  
Pen-Angle façonnés sans coutures ?**

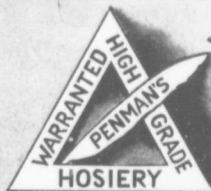
Ces bas sont façonnés **sans l'ombre d'une cou-  
ture** ; ce sont les seuls sur le marché canadien, qui soient  
réellement **tricotés** de manière à épouser la forme du pied  
et de la jambe et à conserver toujours cette forme.

Depuis **des années**, des femmes attendaient la production  
de bas de ce **genre** ; ces femmes iront à votre magasin pour  
en acheter. Faites donc preuve de sagesse, et mettez en stock  
les Bas Pen-Angle Façonnés sans Coutures.

**PENMANS LIMITED,**

**PARIS, CANADA.**

SOUS-VETEMENTS, BAS ET  
CHAUSSETTES, SWEATERS.



**Pen-Angle  
Hosiery**



## LA MODE MASCULINE

## REDINGOTE CROISEE

L'étoffe de la redingote représentée par notre gravure empruntée au journal "American Gentleman", est un vicuna ou gris foncé.

Pour un homme de stature moyenne (5 pieds 8 pouces), la longueur totale est de 41½ pouces et la longueur jusqu'à la taille de façon, de 18½ pouces. Les épaules sont étroites et ont un fini naturel. La gorge est de profondeur moyenne. Les revers ont un parement en soie allant jusqu'aux boutonnières et mesurent 2½ pouces à l'entaille. Le collet mesure 1½ pouce à l'entaille ainsi qu'en arrière. Le devant est mou et fermé par deux boutons. Le dos est modérément arrondi sur les côtés. Les basques sont assez amples et leurs plis sont repassés. Les coutures sont unies. Les manches sont terminées par des initiations de manchettes, avec fente ouverte et deux boutons.

Le gilet, à un seul rang de boutons, n'a pas de collet; il est fait d'un tissu de fantaisie lavable. Sa longueur jusqu'à l'ouverture est de 12½ pouces et sa longueur totale de 26½ pouces. Le devant, fermé par six boutons, est modérément incliné, et les pointes sont coupées.

Le pantalon est ajusté naturellement sur les jambes et les cuisses; l'étoffe dont il est fait est la même que pour la redingote; on peut aussi employer un worsted rayé de fantaisie; il mesure 19 pouces au genou et 16 pouces en bas.

Les mesures sont les suivantes:

Mesure à l'aisselle .....	9½	pouces
Longueur à la taille naturelle .....	17	"
Longueur à la taille de façon .....	18½	"
Longueur totale .....	42	"
1ère mesure d'épaule .....	12½	"
2ème mesure d'épaule .....	18	"
Mesure d'omoplate, plus 1½ pouce .....	13½	"
Poitrine .....	39	"
Taille .....	35	"

## Vignette

Au point A menez deux lignes à angle droit.

De A à B, mesure, à l'aisselle, plus ½ pouce; de A à C, longueur à la taille naturelle; de A à D, longueur à la taille de façon; de A à E, longueur totale; de B à 12, ¼ de la mesure de poitrine; de 12 à F, 1 pouce; aux points F, B, C, D et E, menez des perpendiculaires à la ligne A E.

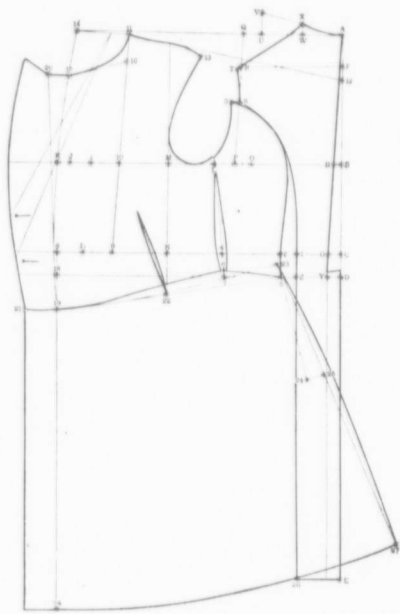
De C à G, ½ pouce; tirez la ligne A G V, qui détermine le point H et abaissez la perpendiculaire; de H à I, ½ de la mesure de poitrine; de I à J, 1½ pouce; de J à K, 1 pouce; le point L est à mi-distance entre H et I; de L à M, ¾ pouces; abaissez la perpendiculaire M N.

Appliquez la mesure d'omoplate, 13½ pouces, de H à M et élevez la perpendiculaire; le point O est à mi-distance entre H et M; de O à P, 1½ pouce; de A à Q, même distance que de H à P; de R à S, ½ de la mesure de poitrine; de Y à Z, même distance; au point Z abaissez la perpendiculaire.

De A à U, 6½ pouces; de U à V, 1½ pouce; tirez la ligne A V; de A à W, 1/6 de la mesure de poitrine; élevez la perpendiculaire W X; tirez la ligne X R et formez le dos.

Du point P comme centre, décrivez la courbe S-3; de S à 3, ½ pouce; de 1 à 2, 1½ pouce; au point 2, abaissez la perpendiculaire; le point 4 est à mi-distance entre 2 et 6; tirez la ligne L-4; de 7 à 6, ½ pouce; formez le côté du corps.

De N à 8, moitié de la mesure de taille; au point 8, abaissez la perpendiculaire; le point 9 est à mi-chemin entre N et 8; le point 10 est à mi-chemin entre M et 5; tirez la ligne 9-10-11;



de A à X et de M à 11, première mesure d'épaule plus 1 pouce; tirez la ligne 11-12; de 11 à 13, ½ pouce de moins que de X à T; formez l'épaule et l'emmanchure.

Au point 11, menez la perpendiculaire à la ligne 9-10; de 11 à 14, ½ de la mesure de poitrine plus 1 pouce; ajoutez une couture en avant du point 8 et formez le bord du devant par la ligne 14-K prolongée jusqu'en bas; de 14 à 15, 1/6 de la mesure de poitrine plus 1 pouce; de 11 à 16, ½ de la mesure de poitrine moins 1 pouce; tirez la ligne 16-15 et formez la gorge.

De 8 à 17, 2½ pouces; appliquez la mesure de taille de 1 à G et de 17 à 2, et supprimez ce qu'il y a de trop au point 4; de 18 à 19, 1/6 de la mesure de poitrine, moins 1 pouce; tirez la ligne droite 19-8 pour le revers.

Du point 19 comme centre, décrivez la courbe 15-20; du point 20 comme centre, décrivez la courbe 19-21; formez le revers suivant le genre demandé.

## Basques

Tirez la ligne 19-5-22; de 5 à 23, 1 pouce; tirez la ligne 22-23 et abaissez la perpendiculaire jusqu'au point 24; de 23 à 24, 9 pouces; de 24 à 25, 1½ pouce; tirez la ligne 23-25 et prolongez-la; de 23 à 27, 1 pouce de plus que de Z à 26; de 19 à 28, même distance que de 23 à 27; au point 21, abaissez la perpendiculaire à la ligne de taille; finissez les basques en arrondissant de 1 pouce au point.

## Manches

Mesurez l'emmanchure et procédez de la manière suivante:

**Procurez-vous**  
**Les Tapis et Articles de Ménage**  
**GREENSHIELDS**

Notre vaste assortiment est le plus varié et le plus complet qui existe dans le commerce ; il est prêt à subir votre examen.

Venez dans notre magasin et faites-y votre choix pour votre réassortiment du printemps.

**Rien ne nous manque en fait de**

Carrés en toutes Qualités,  
 Tapis Wilton et Axminster,  
 Tapis Tapestry et Bruxelles,  
 Tapis en Chanvre,  
 Prélarts et Linoléums,  
 toutes largeurs et qualités.  
 Grand assortiment de Paillassons  
 et "Matings" Chinois et  
 Japonais.

Rideaux Nottingham et Suisses,  
 Rideaux Tapestry,  
 Rideaux de Net,  
 Mousselines Madras  
 Mousselines d'Art, Crettonnes,  
 Rideaux et Dessus de Table en Chenille,  
 Dessus de Meubles,  
 Draperies d'Art,  
 Oreillers et Coussins.

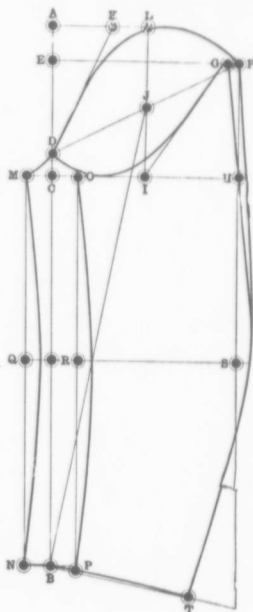
Les Marchandises Greenshields vous font faire des économies quand vous les achetez et des profits quand vous les vendez.

**Greenshields Limited, Montréal**

LA MODE MASCULINE



Smoking à collet-chaie.  
Modèle de "American Gentleman".



De la ligne de poitrine jusqu'à l'entaille du devant, il y a toujours 1 pouce. Appliquez la demi-mesure de l'emmanchure à partir de l'entaille d'avant, sous le bras, jusqu'à l'entaille d'arrière. Dessinez la manche.

Vignette

De A à E,  $\frac{1}{12}$  de l'emmanchure; de E à C, même distance que de l'entaille arrière à la ligne de poitrine; de C à B, longueur de la manche; aux points E et C, menez des perpendiculaires à la ligne A E; de C à D, toujours 1 pouce; de D à F,  $\frac{1}{2}$  de la mesure de l'emmanchure; au point F abaissez la perpendiculaire F H; le point I est à mi-distance entre H et C; au point I, élevez la perpendiculaire I J L.

De L à K,  $\frac{1}{2}$  de l'emmanchure; tirez la ligne K D; de F à G,  $\frac{1}{2}$  pouce; tirez la ligne G I; le point R est à mi-distance entre D et B; au point R, menez la perpendiculaire R S; de C à M,  $\frac{1}{2}$  pouce; de C à O, même distance; de B à N et de B à P, 1 pouce.

Placez l'équerre aux points J et B et menez la perpendiculaire B T; de B à T, largeur de la manche, plus 1 pouce pour les coutures; formez le dessus et le dessous de la manche, en ajoutant  $\frac{1}{2}$  pouce, en arrondissant au point S et en creusant d'autant en Q et en R.

## SMOKING A COLLET-CHALE

L'étoffe représentée par notre gravure, empruntée au "American Gentleman", est un worsted habillé. Le veston a une longueur totale de 30 $\frac{1}{2}$  pouces (pour une taille moyenne de 5 pieds 8 pouces). Les épaules étroites ont un fini naturel. La gorge est de profondeur moyenne. Le collet mesure 1 $\frac{1}{2}$  pouce en arrière. Le devant est mou. Le dos a un fini naturel. Les bords ont une piqûre invisible et les coutures sont

unies. Les manches sont finies par une fente ouverte et deux boutonnières.

Le gilet est à un seul rang de boutons et son ouverture est en forme de V; il est fait d'un tissu blanc lavable. Il mesure 26 $\frac{1}{2}$  pouces.

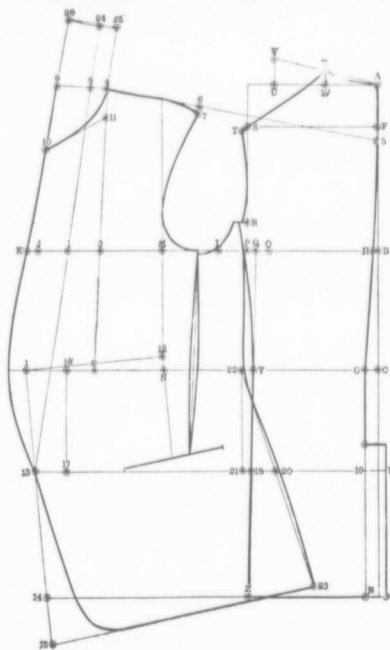
Le pantalon est ajusté naturellement sur les hanches et les cuisses; il mesure 18 $\frac{1}{2}$  pouces au genou et 16 pouces en bas.

Les mesures sont les suivantes:

Mesure à l'aisselle .. . . . . .	9	pouces.
Longueur à la taille .. . . . . .	16 $\frac{1}{2}$	"
Longueur totale .. . . . . .	29 $\frac{1}{2}$	"
1re mesure d'épaule .. . . . . .	12	"
2me mesure d'épaule .. . . . . .	17	"
Mesure d'omoplate .. . . . . .	12 $\frac{1}{2}$	"
Poitrine .. . . . . .	36	"
Taille .. . . . . .	32	"
Hanche .. . . . . .	38	"

Au point A menez deux lignes à angle droit. De A à B, mesure à l'aisselle plus  $\frac{1}{2}$  pouce; de A à C, longueur à la taille; de C à D, 6 pouces; de A à E, longueur totale; de B à 5,  $\frac{1}{4}$  de la mesure de poitrine; de 5 à F, 1 pouce; aux points F, B, C, D et E, menez des perpendiculaires à la ligne A E.

De C à G, 1 pouce. Formez le centre du dos de 5 à G et abaissez la perpendiculaire, qui détermine le point H. De H à I,  $\frac{1}{2}$  de la mesure de poitrine; de I à J, 1 $\frac{1}{2}$  pouce; de J à K,  $\frac{1}{2}$  pouce; le point L est à mi-distance entre H et I; de L à M, 3 $\frac{1}{2}$  pouces; abaissez la perpendiculaire M N.



Appliquez la mesure d'omoplate, 12 $\frac{1}{2}$  pouces, de H à M et élevez la perpendiculaire. Le point O est à mi-distance entre H et M; de O à P, 14 pouce; au point P élevez la perpendiculaire PS; le point Q est à mi-distance entre O et P; de E à Z, même distance que de H à Q; tirez la ligne QZ; de P à R, 1/12 de la mesure de poitrine; de A à U, 6 $\frac{1}{2}$  pouces; de U à V, 13 pouce; tirez la ligne AV.

De A à W, 1/6 de la mesure de poitrine; élevez la perpendiculaire WX; tirez la ligne XS et formez le dos.

De N à I, 1/2 de la mesure de taille; le point 2 est à mi-distance entre W et J; tirez la ligne 2, 3, 4; de A à X et de M à 4, première mesure d'épaule plus 1 pouce; tirez la ligne 4-5.

De 4 à C, 8 pouce de moins que de X à T; de 6 à 7, 8 pouce; formez l'épaule et l'emmanchure; au point 4, menez la perpendiculaire à la ligne 2-3; de 4 à 8, 14 pouce; de 8 à 9, largeur désirée du collet plus 1/2 pouce; tirez la ligne 9-K;

de 9 à 10, 1/6 de la mesure de poitrine plus 1/2 pouce; de 4 à 11, 1/2 de la mesure de poitrine moins 1/2 pouce; tirez la ligne 11-10 et formez la gorge.

De N à 12, 1/2 pouce; placez l'équerre aux points 12 et 1 et abaissez la perpendiculaire, qui détermine les points 13 et 14; de 14 à 15, 1/6 de la mesure de poitrine moins 1/2 pouce; de 1 à 16, 23 pouces; abaissez la perpendiculaire 16-17; de Y à G et de 16 à 22, mesure de taille, plus 1/2 pouce.

De 18 à 19 et de 17 à 20, mesure des hanches; tirez la ligne 22-20 et formez le côté du devant; de 22 à 23, même distance que de Y à Z; formez le bas du devant.

#### Collet

Tirez la ligne 13-8; de 8 à 24, 1/2 pouce de plus que de A à X en arrière. Menez la perpendiculaire 26-24-25; de 24 à 25, 14 pouce; prolongez la ligne K-10-9 jusqu'au point 26; formez le collet et finissez tel qu'indiqué.

## GARANTIE ET CAUTIONNEMENT

**Garantie et cautionnement** — La valeur de la promesse donnée par une personne à une autre, de répondre de la dette, de la faillite ou de l'insuccès d'un tiers et les conditions qui peuvent en permettre l'exécution, par l'intervention des tribunaux si besoin est, ont été établies il y a trois cents ans par le célèbre "Statut de Fraudes et Parjures".

**Recommandations verbales** — L'avis ou l'assurance donnée par une personne concernant le caractère, la conduite ou le crédit d'une autre et permettant à cette dernière d'obtenir, à la suite de ce jugement favorable, des marchandises ou du crédit, ni lie pas celui qui le formula, à moins qu'il ne le fit par écrit.

**Une promesse qui lie** — Certaines promesses faites dans l'intention de garantir la dette d'un autre engagent devant la loi. Par exemple:

Une personne entre dans un magasin avec un homme à son service, domestique ou autre et dit au marchand: "Donnez à cet homme les marchandises qui moi vous demande (elle indique la somme du montant) et je les paierai" ou bien "je m'en porte garant". Bien que faite simplement verbalement cette promesse lie la personne vis-à-vis du marchand (à condition qu'elle ne dépasse pas la somme indiquée), pour la bonne raison que cette promesse n'a pas pour objet de répondre de la dette d'un autre, mais bien d'assurer le paiement d'un achat tout personnel. Un tel ordre rend responsable celui qui le fait quel qu'en soit le bénéficiaire, il invite le marchand à lui réclamer la somme des emplettes faites pour quelqu'un à son service et le marchand doit faire ainsi, sans se soucier de l'attribution des marchandises.

Le "considérant" est valable et assure la validité du contrat si les marchandises sont prises.

De même si A va trouver B et lui dit: "Si vous ne poursuivez pas C pour votre créance et que vous attendiez un mois; à cette date je vous paierai". Ceci est également une promesse directe faite par A de payer la dette en question et bien que n'étant pas faite par écrit elle le lie cependant.

La prolongation d'échéance accordée est un "considérant suffisant" pour constituer un engagement.

**Une promesse verbale qui ne lie pas** — Mais, si, au lieu d'employer la forme d'expression précitée, la dite personne se présentait au marchand en lui disant: "Donnez à cet homme des marchandises pas plus que... (indiquez la somme), et s'il ne vous paye pas à une telle date (spécifiez la date), je vous paierai moi-même", ou "adressez-moi le billet". Ceci serait absolument sans valeur parce que impliquant l'idée de répondre de la dette d'un autre; et par conséquent nul à moins d'être établi par écrit. Même si cette promesse verbale a été faite devant témoin elle ne revêt aucun caractère de validité, en vertu du célèbre "Statut de Fraudes et Parjures" qui nous régit depuis 1678. Un tel propos ne dégage pas le

contracteur de sa dette, et la garantie n'est faite que conditionnellement, au cas où le débiteur négligerait de s'en acquitter. Une telle forme d'élocution ne peut obtenir force de loi, elle est complètement sans valeur à moins qu'elle ne soit établie par écrit.

**Lettres de recommandation** — On doit prendre mille précautions dans les termes qu'on emploie dans une lettre de recommandations qui doit donner naissance à des obligations financières ou à des relations d'affaires.

Toutes phrases telles que: "Il est bon pour..." en mentionnant une certaine somme, ou "Il n'y a rien à craindre pour..." etc., si elles sont écrites constitueront une garantie. Pour dégager votre responsabilité, il faudra modifier ces expressions et les indiquer par les formules suivantes: "A mon avis un tel est bon pour telle somme"; ou bien: "Je crois que vous ne risquez rien à lui faire crédit pour telle somme"; ou encore: "Je lui confierais telle somme" — "Je lui ferais personnellement crédit pour..." — "Il m'a toujours réglé régulièrement ce qu'il me devait". En employant ces dernières expressions, on peut dire beaucoup de choses sur le crédit d'une personne sans que le renseignement donné puisse être considéré comme une garantie.

**La garantie d'une dette** — Pour garantir le paiement d'une dette déjà échue, la garantie doit être non seulement écrite, mais elle doit comporter un "considérant" car les promesses gratuites ne peuvent être contraintes d'exécution par la loi.

*Pour la somme de un dollar, que je reconnais avoir reçue par le présent acte, je garantis que la dette de cent vingt-cinq dollars actuellement due à J. D. par H. V., sera payée à échéance.*

Montréal, le...

A. C.

Cette garantie doit être adressée à J. D. simplement sous forme de lettre avec la formule de salutation: "A vous respectueusement, etc., et sera considérée comme un engagement formel.

A. C. D., de...

*En considération de la suspension des poursuites dans l'action que vous avez intentée contre ... au tribunal de ... (nom du tribunal et de la ville) en recouvrement de la somme de ... dollars, (ou le cas échéant, en considération de la prolongation d'échéance accordée à B. pour se libérer de sa dette) par la présente, je vous garantis que la somme de ... dollars, vous sera réglée par acomptes hebdomadaires de ... jusqu'à libération complète et à défaut par votre débiteur du règlement de quelque acompte je m'engage à payer par la suite la balance qui vous restera due et vous autorise par la présente garantie à en assurer le recouvrement contre moi.*

Daté ce ... jour de ... 19 ..

(Signature)

# Les VOLANTS, BRODERIES, DENTELLES, Etc.,

Sont des lignes à l'achat desquelles vous devez apporter le plus grand soin.

Nous pourrions vous aider à les bien acheter.

## VOLANTS.

Nous avons un assortiment superbe, comprenant tous les plus nouveaux dessins de 27 et 45 pouces de large. Tout ce qu'il y a de mieux sur le marché Européen.

## BRODERIES.

Il est nécessaire de voir les nouveautés de broderies de la prochaine saison pour pouvoir les apprécier convenablement. Laissez-nous vous les montrer.

## DENTELLES.

De tous les modèles, dessins et largeurs qui puissent être conçues. A tous prix, pour toutes catégories de commerce.

**Nos voyageurs vous visiteront le mois prochain  
avec une collection complète d'échantillons.  
Voyez-les avant de remettre vos ordres.**

Nous vous rappelons que nous sommes les seuls agents pour le Canada de la célèbre marque

## QUEEN'S CLOTH.

(DÉPOSÉE)

L'ÉTOFFE DE ROBE POUR LES ACHETEURS LES PLUS DIFFICILES.

## FITZGIBBON, LIMITED.

CARRÉ VICTORIA, MONTRÉAL.

La suspension des poursuites ou la prolongation d'échéance seront des "considérants suffisants".

**Pour garantir des achats ultérieurs** — Ceci pourrait être appelée une garantie permanente:

Montréal, le ...

Moyennant un dollar, dont la présente certifie le versement, je garantis le paiement de toutes marchandises achetées par J. H. à A. C., pendant le restant de l'année 1911; la somme totale des dits achats ne devant pas dépasser cent vingt-cinq dollars.

W. R.

La garantie de paiement des marchandises achetées depuis cette date ne couvrira pas l'achat de celles fait antérieurement à cette date.

Une garantie de paiement de marchandises donnée à une personne, par une Société deviendra nulle si elle est dissoute ou si cette société procède au renouvellement de ses membres. Dans ce cas la garantie devra être renouvelée.

Le consentement de garantie vis-à-vis d'une personne, ne peut être transféré de manière à donner au mandataire le droit d'actionner celui qui a donné la garantie.

**Garantie d'exécution ou de consentement** — Ci-dessous la garantie d'exécution qui doit figurer sur les baux, sur les actions ou autre agrément écrit:

**Garantie de paiement d'argent**

Pour la valeur reçue, par le présent, je garantis au possesseur de bonne foi du contrat inclus, à ses héritiers ou successeurs, sa pleine exécution de la part de A. B., avec toutes les dépenses légales en exécution des dits engagements de A. B., de moi-même ou de l'un d'entre nous.

Daté ce ... jour de ... 19 ..

Signé (seau)

Pour la valeur reçue, je garantis par le présent, le paiement par A. B., de la somme qu'il s'est engagé à payer par le présent contrat, au moment et de la façon y mentionnée, ainsi que le règlement des dépenses survenues pour le recouvrement de la dite somme par A. B., moi-même ou l'un de nous.

Daté ... le ... jour de ... 19 ..

Signé (seau)

## L'INDUSTRIE TEINTURIERE

### LES MATIERES COLORANTES NATURELLES ET ARTIFICIELLES

**Le coaltar (goudron de houille), la plus riche des matières colorantes — Son histoire — Son application.**

L'industrie de la couleur tirée du coaltar (goudron de houille) est la plus récente des grandes industries chimiques et s'est développée depuis à peine dix ans, dans des proportions vraiment surprenantes.

Ce brillant succès doit être attribué surtout à l'étroite collaboration du travail de l'usine et du travail de recherches scientifiques, car, dans cette industrie plus que dans toute autre, la théorie aide et prépare la pratique tandis que celle-ci corrige la première, toutes deux se soutenant mutuellement et avançant parallèlement dans le progrès.

Il y a à peine 30 ou 40 ans, les teinturiers n'employaient en fait de matières colorantes que les matières naturelles, ainsi dénommées parce qu'obtenues de plantes ou d'animaux, de minéraux, de métaux ou de la terre.

#### Les teintures de coaltar

L'apparition des teintures artificielles, ainsi appelées parce que dérivées du coaltar, amena un changement complet dans l'industrie teinturière et reléqua beaucoup d'essences de teintures à l'état de curiosités scientifiques.

De nos jours, la plus grande partie des matières colorantes employées pour la teinture et considérées comme des peintures pures, sont des produits de composition organique obtenus dans la plupart des cas par une série de procédés scientifiques du coaltar.

Dans la pratique, presque toutes les matières colorantes en usage depuis des siècles ont été complètement abandonnées et ont fait place aux produits artificiels qui sont caractérisés par une richesse de nuances inconnues auparavant et par une simplicité d'application surprenante.

On peut dire que l'industrie de la couleur de coaltar ou l'ère des essences colorantes artificielles date de 1856. C'est, en effet, à cette époque, que Perkin découvrit accidentellement la matière colorante violette, mauve, au cours d'expériences ayant pour objet la composition de la quinine par l'oxydation de l'aniline. Depuis cette découverte, des matières colorantes presque sans nombre ont été produites du coaltar; relativement peu d'entre elles ont soutenu avec succès l'épreuve du temps et il est probable que certaines auront disparu du commerce avant un demi-

siècle. Mais la science travaille infatigablement à perfectionner cette découverte et on peut enregistrer continuellement du nouveau et du mieux, ce qui nous donne à penser que ces efforts seront couronnés de succès et que nous aurons sous peu une matière artificielle colorante durable; nul doute que prochainement les expériences répétées porteront graduellement l'industrie de la teinture à son plus haut degré de perfection.

Au début on faisait une distinction bien nette entre les matières colorantes artificielles et les matières colorantes naturelles; la principale raison de cette sélection était due aux propriétés des matières colorantes artificielles primitivement produites.

Celles-ci étaient surtout beaucoup plus belles et plus brillantes, mais d'un emploi plus lent que la plupart des teintures artificielles et par suite d'une hâte inconsidérée elles furent jugées supérieures en richesse de tons mais impropres à un emploi courant.

Ce verdict prématuré faillit compromettre l'avenir des teintures artificielles qui furent négligées pendant un certain laps de temps et ne reconquirent leur faveur du premier jour qu'avec l'introduction des rapides teintures d'alizarine.

Nous soulignerons la violence de l'opposition faite à ces matières colorantes, en rappelant que lorsqu'il y a quelques siècles on introduisit en Europe le bois de Campêche et l'indigo, deux des plus rapides teintures connues, la loi en prohiba l'usage, sous prétexte qu'elles ne donnaient que des teintures fugitives et étaient des drogues corrosives et pernicieuses.

#### La teinture artificielle supplante la teinture naturelle

Actuellement, nous possédons des matières colorantes artificielles dont quelques-unes sont tout aussi rapides et même plus rapides que celles d'origine naturelle. De plus, le problème de la préparation artificielle des teintures naturelles est maintenant résolu en partie comme nous le montre le cas de l'alizarine et de l'indigotino, les principes colorants respectivement de la garance et de l'indigo.

A présent, il est reconnu qu'aucune différence distinctive ne sépare les deux catégories de matières colorantes naturelles ou artificielles, car presque toutes sont tirées de la benzine, en dérivé du coaltar.

La substitution des matières colorantes artificielles aux teintures naturelles employées depuis des siècles dans l'industrie teinturière, est le but que l'industrie du coaltar a constamment essayé d'atteindre. L'importance économique d'un tel changement est évidente, parce qu'elle implique l'établissement d'une puis-



Robe d'été

En batiste française. Ceinture et cravate en velours. Col, bouts de manches et bas de jupe en effet de damier.

san  
d'a  
rell

sièc  
e  
actu  
mei

wo  
les

tart

tein  
quar  
zari  
app  
effe  
ner  
du  
deux  
80 à

reste  
avan  
mer

rier  
misti  
quen  
scien

l'ens  
bren  
livre  
mais  
répo  
pour  
et la  
mati

des  
grès  
scien

doiv  
en d  
d'éco  
que  
que  
de pr

I  
ques  
thode

I  
ques  
temp  
cornu  
sultan

1  
2  
3  
deux  
leux.  
S  
leur



sante industrie et rend libres de vastes étendues de terre pour d'autres besoins plus profitables que la culture de teintures naturelles.

De nos jours, l'emploi de la garance en usage depuis des siècles pour teindre le rouge turc a presque entièrement disparu et est remplacé par l'alézarine artificielle. La matière colorante actuelle est la racine de garance.

La cochenille est peu employée, étant remplacée par les vermeils acides.

L'oseille a cédé le pas aux rouges acides, tandis que le camwood et les bois rouges ont été presque partout remplacés par les rouges de drap.

Le curcuma a été remplacé par l'auramine, la flamme par le tartrazin et ainsi de suite.

Le bois de Campêche et l'indigo même qui sont les seules teintures naturelles employées actuellement en assez grosse quantité, se voient remplacés l'une par les noirs acides et l'alézarine, et l'autre par une composition d'indigo qui a fait son apparition sur le marché en 1897. Pour montrer le désastreux effet de la consommation de l'indigo naturel, on peut mentionner que pendant les 10 dernières années et depuis l'introduction du produit synthétique, les récoltes de Calcuta et de Java, les deux principales sources de l'indigo naturel, ont diminué de 80 à 90%.

De fait, la lutte entre l'indigo artificiel et l'indigo naturel ne restera pas longtemps indécise et la plante de l'indigo partagera avant longtemps le sort de la garance et disparaîtra du commerce.

De tout ce qui précède, il ressort évidemment que le teinturier moderne est en partie sinon entièrement redevable au chimiste d'avoir, au moyen de recherches chimiques, converti pratiquement l'art ancien et empirique de teindre en une véritable science.

Il se peut que quelques teinturiers dédaignent la valeur de l'enseignement que les expériences scientifiques leur donnent si librement dans les diverses revues et les différents journaux et livres techniques aussi bien que dans les écoles de technologie, mais ils sont bien forcés de reconnaître que les résultats obtenus répondent à leurs besoins mieux que tous autres, et combien pourraient se vanter d'employer la méthode la plus rationnelle et la plus économique, à moins d'avoir recours à de telles informations?

Le teinturier moderne doit se servir des derniers résultats des recherches scientifiques s'il veut garder le pas avec le progrès rapide qui se manifeste continuellement dans l'art et la science de teindre.

Il est bien certain que le travail d'expérience et celui d'essai doivent marcher de pair pour donner des résultats améliorés; en d'autres termes, pour assurer le maximum d'efficacité et d'économie, il est essentiel de posséder une connaissance pratique et scientifique de tous les procédés de travail et c'est ce but que visent les écoles textiles de faire un mélange de théorie et de pratique qui rendra la science moins ardue et plus profitable.

#### L'origine du coaltar

Le procédé de distillation destructive de substances organiques telles que la houille et le bois est obtenu par plusieurs méthodes industrielles.

La distillation destructive ou sèche de substances organiques est obtenue en chauffant les dites matières à une très haute température, bien au-delà du point de décomposition dans une cornue fermée protégée contre l'accès de l'air. Les produits résultant de l'opération sont généralement classifiés comme suit:

1° Le résidu solide sec;

2° Les gaz permanents dégagés;

3° Le distillé condensé qui toujours sépare les corps en deux: un corps aqueux, d'une part, et de l'autre, un corps huileux, appelé goudron.

Selon la nature des matériaux d'origine, les produits de leur distillation destructive diffèrent, mais cette différence est

beaucoup plus grande dans le distillé condensé que dans le résidu solide ou les gaz permanents.

Le goudron est un produit de composition très complexe et très variée et subit des changements selon la température, la pression et la durée de l'opération de chauffage, mais par dessus tout d'après la nature de la substance employée.

Par exemple, les parcelles de séries graisseuses comme l'acide acétique, l'alcool méthylique, sont rencontrées plus largement dans les produits de distillation de bois, tandis que les parcelles des séries aromatiques comme la benzine et la naphthaline prédominent presque exclusivement dans les produits de distillation de la houille.

Depuis que les corps aromatiques isolés peuvent être employés pour la manufacture de matières teinturrières, le coaltar est sans contester la matière première qui répond le mieux à ce besoin.

La production du coaltar n'est jamais entreprise comme une industrie unique et spéciale, le coaltar est presque toujours obtenu comme un sous-produit de la fabrication du gaz d'éclairage ou gaz de houille. C'est pour cela qu'on appelle souvent le coaltar du goudron de gaz.

En général, toutes les matières teinturrières proviennent de composés aromatiques obtenus soit directement du coaltar, soit formés de produits intermédiaires qui sont extraits de substances tirées du coaltar.

Il y a déjà bien longtemps (en 1726) qu'il fut remarqué que lorsque la houille est chauffée dans un vase clos, un gaz inflammable s'en dégage et que ce gaz en passant par l'eau ne perd pas ses pouvoirs éclairants.

#### L'augmentation de l'industrie du coaltar

Bien longtemps après la découverte du gaz d'éclairage, en réalité jusqu'à il y a environ 50 ans, le coaltar était considéré comme sans usage et jugé matière de rebut par le manufacturier qui déplorait l'encombrement occasionné par un tel résidu et cherchait le moyen de s'en débarrasser le plus commodément possible.

Bien que la benzine fut découverte dans le coaltar, par Hoffman, en 1815, ce ne fut qu'en 1856, lors de la découverte de la mauve, par Perkin, et quelques années plus tard, de celle de la couleur magenta, par Verguin, toutes deux tirées indirectement de la benzine, qu'on se rendit réellement compte de l'importance du coaltar.

Le coaltar est devenu à présent non seulement d'une importance inouïe pour le manufacturier de couleur, mais aussi d'un secours précieux pour la science du chimiste comme un moyen d'expérience inappréciable pour des corps de la plus haute importance et restés presque ignorés auparavant.

Le coaltar est une véritable source intarissable et il donne journellement naissance à de nouveaux composés aromatiques dont on prépare artificiellement les meilleures matières colorantes connues.

Actuellement, la valeur annuelle des matières colorantes obtenues du coaltar (qui était autrefois sans usage), représente environ \$60,000,000. L'Allemagne produit les  $\frac{3}{4}$  de ce chiffre; le  $\frac{1}{4}$  restant est produit par l'Angleterre, la Suisse et les États-Unis.

Pour bien montrer toute l'importance de l'industrie de la couleur de coaltar, jetons les yeux sur les chiffres ci-dessous fournis par un des plus gros fabricants de matière colorante.

A son usine en Allemagne, le dit manufacturier emploie plus de 200 chimistes, 150 ingénieurs civils et mécaniciens, 1000 comptables et employés de bureaux et 8,000 ouvriers.

Les 158 chaudières de l'entreprise actionnent 385 machines à vapeur développant 24,360 chevaux de force, tandis que 13 dynamos génèrent 7,083 kilowatts pour 472 moteurs, 1,336 lampes à arc et 20,000 lampes à incandescence; les travaux nécessitent 12,000,000,000 de gallons d'eau, l'usine à gaz produit 777,000,000 pieds cube de gaz et l'usine de glace donne 14,000 tonnes de glaces par an. Pour protéger cette vaste propriété, il y a une brigade de feu de 25 pompes à vapeur, cinq milles de tuyaux et 540 prises d'eau.

## SOUS-VETEMENTS MARQUE "HEALTH"

Notre stock est maintenant au complet dans toutes les Pesanteurs de Printemps pour Femmes et Enfants.

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

Si vous ne tenez pas les Sous-Vêtements de la Marque "HEALTH", veuillez voir nos échantillons qui sont maintenant entre les mains de nos vendeurs, car nous sommes sûrs que vous placerez un ordre pour l'automne 1912, après avoir vu nos valeurs.

Nous avons en stock une ligne complète de Combinaisons, Pesanteur d'Été pour Dames.

**Greenshields Limited**  
MONTREAL.

## Les Gants de Peau DE PEWNY

Donnez à titre d'échantillons des commandes de

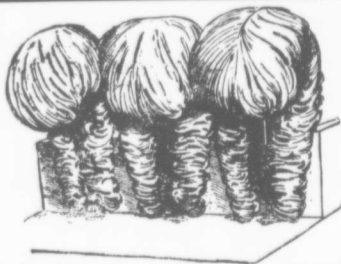
### Gants Spéciaux en Chevreau Glacé

à \$6.50, \$9.00, \$10.50, \$11.50, \$13.50,  
\$15.00 et \$16.50,

ainsi que de Gants en Peau de Suède.

Voyez nos échantillons de nos  
Gants d'Automne Vrai Mochas,  
Nouveau Fini Velours, pour  
Dames et Messieurs.

**Greenshields Limited.**  
MONTREAL.



## S. E. PORTER & CO.

### Edifice Birks, MONTREAL.

Agents de Vente pour  
**DOMINION OSTRICH FEATHER CO., LIMITED.**  
TORONTO.

### QU'EST-CE QU'UNE VENTE VÉRITABLE ?

Toute vente doit faire d'un acheteur un client satisfait; elle devra amener le marchand à faire plus d'affaires avec ce client.

Les clients qui pénètrent dans votre magasin peuvent être divisés en trois catégories.

D'abord, l'homme de métier qui sait ce qu'il désire en entrant chez vous et est très probablement beaucoup plus versé dans le maniement de l'article demandé qu'il ne l'êtes vous-même. Il est aisé de répondre aux besoins d'un tel client, et ce, rapidement sans longue discussion.

En second lieu vient le client qui croit savoir ce qu'il désire et ce dont il a besoin.

S'il vous fait sa demande sans hésitation et sans vous demander conseil, vous lui donnerez exactement ce qu'il a sollicité d'avoir. Gardez-vous bien de vouloir l'accabler d'avis, servez-le avec promptitude et courtoisie, sans plus; faites-lui une invitation à revenir, mais ne vous avisez pas de lui donner un conseil sans qu'il l'ait sollicité, il en prendrait ombrage.

Cependant, il se peut, tandis que vous empaquetez l'objet ou que vous rendez au client sa monnaie, il se peut que sa langue se délie et qu'il vous mentionne l'usage qu'il compte faire de l'objet acheté.

C'est alors, s'il a commis quelque erreur dans son acquisition, qu'il est bon de le lui faire observer et de lui indiquer

l'article  
repon

Vo  
autre  
consid  
ou m  
port

client  
plus d  
codem

M  
voulon  
un sim

Vo  
vous n  
ce qu'  
tre av  
sans o  
est de

En  
client,  
consid  
etes m  
préven  
que l'a  
à l'usa  
quisti

Et  
et qu'  
vement  
compre  
et ce l  
en vor  
fiant.

Il  
es per  
usage,  
convier

Pa  
besoin  
petits  
propre  
sine, d'  
ques in

Cet  
dont  
magnis  
citer n  
l'article  
un cer

En  
ehand  
mais s'  
cordent  
qui dat  
c'est en  
au sens

Pe  
véritab  
vendre  
client.  
proctre  
dans la  
d'une n  
sibilité  
supérie

l'article, que vous savez, de par votre expérience, devoir mieux répondre à ses besoins.

Votre jugement dans ce sens ne doit être dicté par aucune autre raison que celle de l'intérêt propre du client, nulle autre considération ne doit intervenir. Que l'objet propose coûte plus ou moins, que votre profit en soit réduit ou augmenté, peu importe.

Dans le moins de mots possible, indiquez clairement au client pourquoi l'article que vous lui mentionnez lui donnera plus de satisfaction et quels en sont les avantages sur celui précédemment choisi.

Mais, dans ceci, prenez bien garde de ne pas avoir l'air de vouloir en imposer au client; ne le pressez pas trop, établissez lui simplement les faits et laissez son jugement faire le reste.

Votre vente primitive a été une preuve incontestable que vous n'avez qu'un désir, fournir au client ce dont il a besoin et ce qu'il demande; la conversation vous amène à lui donner votre avis et à lui offrir un autre article, faites-le discrètement, sans ostentation, que l'on sente bien que votre unique intention est de rendre service à l'acheteur.

En agissant de la sorte, neuf fois sur dix, vous gagnerez un client, ou vous vous assurerez la confiance de l'acheteur. S'il prend considération de votre avis, il appréciera le fait que vous vous êtes montré soucieux de son propre intérêt et avez cherché à le prévenir contre sa propre ignorance, tout comme il reconnaîtra que l'article dont vous lui suggérez l'achat est bien plus approprié à l'usage qu'il veut en faire que celui dont il se proposait l'acquisition.

Et dans le cas où il n'aura pas tenu compte de vos conseils et qu'il aura acheté l'article qu'il se proposait d'acheter primitivement, si celui-ci lui occasionne quelque déception, il comprendra qu'il ne peut en blâmer personne, sinon lui-même, et ce lui sera une leçon pour l'avenir, l'engageant à avoir foi en votre jugement supérieur et à en faire un client fidèle et confiant.

Il reste enfin la troisième catégorie de clients qui comprend ces personnes qui ayant besoin d'un article quelconque pour tel usage, viennent demander à un fournisseur, quel est celui qui conviendra le mieux.

Par exemple, quelqu'un qui vient d'acheter une maison a besoin de ces quelques menus outils nécessaires pour ces mille petits travaux auxquels se plaît toujours un homme dans son propre intérieur. Sa femme, elle, aura besoin d'ustensiles de cuisine, d'accessoires de salle de bain ou de toute autre chose. Quelques instruments de jardinage seront également indispensables.

Cet exemple est suffisant pour laisser entendre la classe dont il s'agit et certes vous l'avez reçue maintes fois dans votre magasin, cette catégorie de gens, qui viennent à vous pour solliciter un avis ou prendre une information en ce qui concerne l'article convenable pour un besoin particulier ou pour effectuer un certain travail.

En examinant avec soin les besoins de ces clients, le marchand sage ne considérera pas son gain personnel immédiat, mais s'occupera de la défense des intérêts de ceux qui lui accordent leur confiance. Il s'appliquera à leur vendre les articles, qui dans son jugement répondent le mieux à leurs besoins, et c'est en suivant ces principes qu'il effectuera une véritable vente au sens propre du mot.

Pour qu'il soit possible au détaillant de faire une vente véritable, (de celles qui donnent satisfaction), il faut qu'il ait à vendre les marchandises répondant exactement au vœu du client. Une imitation, qu'elle soit bon marché ou exorbitante, ne procurera jamais une satisfaction permanente. La seule occasion dans laquelle il soit permis au détaillant d'offrir une substitution d'une marque spécifique demandée, est lorsqu'il est dans la possibilité de proposer et de fournir quelque chose d'égal ou de supérieur.

Et ceci nous amène à une constatation qui se manifeste surtout dans le commerce de quincaillerie, c'est que relativement peu de gens desirant des articles bon marché.

Dans un magasin de ferronnerie, les seules choses bon marché ou camelote dont le client s'approvisionnera, sont les ustensiles — choses qui une fois posées en place sont ordinairement négligées et oubliées. Mais qu'il s'agisse d'outils de toutes espèces, d'ustensiles de cuisine, etc., tous articles réclamant un usage fréquent, quelle que soit l'ignorance de la personne qui achète, elle ne manquera pas de se renseigner sur la solidité et la durée de l'article proposé. Ce même acheteur gaspilleur peut être un temps précécut pour réaliser une économie de 50c sur une étoffe ou quelque autre article pour le port personnel; mais, dès l'instant qu'il s'agit d'un article devant assurer un travail constant, il veut être certain de sa qualité et être sûr qu'il répondra à l'usage auquel il est destiné.

Lorsqu'un détaillant a en mains des produits de fabrication supérieure et soutenus par la réputation d'un fabricant qui n'a négligé aucun effort pour étendre à l'étranger la renommée et la valeur de ses produits, il lui est aisé d'effectuer des ventes et il peut se dire que chacune d'elles est une vente véritable, c'est-à-dire qui assurera pleine satisfaction au client et donnera suite à d'autres ventes.

Lorsque le détaillant a répondu à la demande du client et lui a fourni l'objet ou le produit désiré, il n'a accompli qu'une partie de sa mission et s'il s'en tient là, on peut dire qu'il perd la moitié de ses affaires.

En général, toute vente en appelle une autre et doit suggérer au marchand intelligent l'idée de quelque autre besoin probable chez le client.

Laissez nous choisir un exemple de ce travail avec lequel vous devez être familier.

Si vous faites vos achats dans un magasin tenu par un homme actif, nous n'hésiterons pas à formuler l'assertion que jamais vous n'achetez une chemise sans être invité par le vendeur à faire choix d'une cravate qui s'harmonise avec elle. Si vous consentez à jeter un regard sur un lot de cravates et que vous en rencontriez une qui vous plaise, le commis ne manquera pas de vous engager à vous procurer un col d'une forme nouvelle ou à vous approvisionner de chaussettes. Il passera en revue toute la série de lingerie, des pieds à la tête, et il y a gros à parier que vous achèterez un peu de tout pour peu que vous en ayez quelque besoin et que les articles soient de votre goût.

Pas une de ces choses ne vous est imposée, le commis ne fait que vous suggérer l'idée d'en faire l'achat et même si vous ne répondez pas affirmativement à son offre, il vous reconduira à la porte avec un cordial sourire et un joyeux: "à bientôt" qui vous laisseront la meilleure impression.

Ceci s'applique indifféremment à tous les commerces. Ne croyez pas qu'il y ait exception pour le vôtre, quel qu'il soit.

Il y a la même relation entre les cols et le martean, les vis et le tourne-vis qu'entre les cravates, cols et chemises.

Le vendeur véritablement capable ne sera pas satisfait lorsqu'il aura simplement vendu à un client l'article que celui-ci désirait acheter en entrant dans le magasin.

Dans une telle vente, le commis de magasin n'entre pour rien, le client seul en a le mérite, le vendeur ne fait, dans ce cas, que délivrer la marchandise et recevoir l'argent.

Lorsque le marchand est assez habile pour faire naître adroitement le désir d'un article à un client, sans trop insister et sans paraître vouloir le lui vendre, le client dépensera somme dans son magasin beaucoup plus qu'il n'avait projeté et au lieu de s'en aller avec l'idée qu'il a été contraint d'acheter ou "roulé" par le détaillant, il aura, gravé dans l'esprit, l'argument logique donné par le vendeur pour le convaincre que l'article acheté était une véritable nécessité pour lui.

## AVIS AU COMMERCE

### Intéressant tous les Marchands de faux-cols d'hommes.

Savez vous que les FAUX-COLS ARLINGTON forment la plus belle ligne qui existe de faux-cols à l'épreuve de l'eau ? Si vous ne le savez pas, demandez-nous un échantillon, et nous vous en enverrons un qui vous convaincra. En outre, si vous pouvez nous montrer un faux-col meilleur que ceux que nous produisons dans n'importe laquelle des six qualités différentes que nous manufacturons et vendu au même prix de la douzaine par tout autre manufacturier, nous vous ferons cadeau d'une boîte de nos Faux-cols "Challenge" que nous vous expédierons franco. Nos prétentions sont bien fondées et nous avons comme preuve à l'appui, les nombreux clients permanents qui tiennent nos marchandises depuis 23 ans. Achetez toujours les marchandises Arlington, si vous voulez fournir à vos clients ce qu'il y a de meilleur.

## The Arlington Company of Canada

LIMITED.

50 à 64 Avenue Fraser, Toronto, Ont.

### LA VÉRITABLE MANIÈRE DE CALCULER LES BÉNÉFICES

(Suite.)

Pour bien monter la plus grande sûreté de la méthode du calcul des bénéfices sur les prix de vente, spécialement pour les personnes inexpérimentées qui remarquent difficilement la différence qui existe entre les deux procédés, on peut citer l'exemple du gérant général d'un commerce qui vendait \$1.00 un article qui lui coûtait \$0.80 et basant son pourcentage de profit sur le prix d'achat, calculait qu'il obtenait un bénéfice de \$25 p.c. A la fin d'une période donnée, le total des ventes s'élevait à \$20,000, et le gérant faisait part à un actionnaire du total des ventes ainsi que du pourcentage des profits.

D'après lui, un bénéfice de \$5,000 avait été réalisé, alors que les livres n'accusaient qu'un bénéfice de \$4,000, soit seulement 20 p.c. sur les ventes.

Ce gérant général était sans doute comme beaucoup d'autres gens qui pensent qu'il est bon de s'expliquer tous les détails, alors qu'il aurait pu s'épargner une perte de temps et d'argent en calculant tout honnêtement son pourcentage de profits sur les prix de vente.

De tels exemples ont donné naissance à des poursuites pour manquement à remplir les termes d'un contrat et maintes fois les poursuivants et les défendeurs ont appris à leur dépens par un expert appointé par les tribunaux, la manière véritable de calculer les bénéfices dans une entreprise commerciale.

A ce propos il nous vient à la mémoire la mésaventure d'un marchand de drap, de Philadelphie, qui croyant à une escroquerie par suite du mauvais calcul du pourcentage des bénéfices, avait fait arrêter son gérant et associé pour détournements.

Le propriétaire en question avait une certaine ligne d'articles importés sur laquelle il avait fixé le pourcentage des bénéfices à 25 p.c. Il calcula ce bénéfice sur le prix d'achat au lieu du prix de vente. Après un séjour en Europe, il examina les livres de sa maison à son retour, et constata que les ventes pendant son absence étaient montées à \$125,000, ce qui d'après son calcul de pourcentage à 25 p.c. devait lui donner \$31,250 de bénéfices bruts. En consultant les autres livres de comptabilité, il ne trouva que \$25,000 de bénéfices bruts, soit un manquant de \$6,250. Il n'hésita pas à faire arrêter son gérant pour détournements. Celui-ci fut jeté en prison et un expert comptable envoyé pour vérifier les livres ne put relever aucune irrégularité sur le compte du gérant.

L'expert comptable fit subir alors un interrogatoire serré au marchand pour savoir ce qui l'avait amené à accuser son gérant de détournements et sur quels faits il basait cette accusation.

Cette conversation révéla ce fait étonnant que la charge de détournements invoquée contre le gérant reposait uniquement sur une conception incorrecte des profits nets, due à une fausse méthode de calcul du pourcentage des profits.

Pendant deux heures durant, l'expert comptable s'appliqua à passer en revue les différentes méthodes pour le calcul des bénéfices et s'efforça à démontrer que tout pour cent d'une somme inférieure est un plus petit pour cent d'une plus grosse somme ou que 25 p.c. de 100 étaient 20 p.c. de 125 démontrant ainsi au marchand les méfaits de sa désastreuse erreur.

L'expert comptable pour appuyer son raisonnement prit une boîte d'allumettes; il en sortit 100 allumettes puis en

ajouta  
et il ex  
"V  
montan  
vos liv  
vous  
ge et  
de ve  
d'autres  
consid  
ayant l  
vous p  
entrer  
En  
néfice  
allumet  
en gain  
sur les  
fit, soit  
Le  
faire, o  
excuses  
non mo  
No  
prenon  
mise q  
étaient  
Nous lu  
réponse  
tenir 20  
La  
le prix  
sines et  
employe  
et d'acc  
Dan  
raisonne  
"U  
pouren  
de plus  
princip  
basé sur  
à beau  
gros bé  
digites  
avec un  
pourcen  
Sup  
la base  
à lui et  
rommie  
Le  
50 p.c.  
remet r  
En  
de 50 p  
33 1/3 p  
encore  
marchan  
importat  
Calc  
nous ne  
sur une

ajouta 25 pour les 25 p.c. de profits dont parlait le marchand, et il expliqua:

"Vous supposez que ces 125 allumettes représentent le montant de vos ventes ou \$125,000 comme constaté dans vos livres. Vous pensez réaliser un bénéfice de 25 p.c., mais vous ne vous étiez pas préoccupé de savoir si le pourcentage était à établir soit sur le prix d'achat, soit sur le prix de vente. Vous aviez pensé probablement comme beaucoup d'autres marchands, que ce point de vue ne méritait aucune considération et que cela ne faisait aucune différence, mais ayant le total de vos ventes, soit 125 allumettes ou \$125,000 vous prenez 25 p.c. de cette somme de sorte que vous faites entrer dans votre prix d'achat 6¼ allumettes, ou \$6,250.

En d'autres termes, vous calculez que vous aviez un bénéfice de 25 p.c., soit 3¼ allumettes ou \$31,250 sur les 125 allumettes ou \$125,000, alors que vous aviez fait en réalité un gain de 25 p.c., non pas sur \$125,000, mais sur \$100,000; sur les \$125,000 de vente vous n'aviez fait que 20 p.c. de profit, soit \$25,000."

Le malheureux marchand n'eut plus qu'une chose à faire, obtenir la mise en liberté de son gérant, lui faire mille excuses et lui octroyer \$2,500 de dommages pour arrestation non motivée et emprisonnement.

Nous parlions récemment avec un détaillant et nous prenions un exemple au hasard dans son magasin: une chemise qu'il payait \$1,00 pièce. Nous lui demandions quels étaient ses frais généraux; il nous répondit 25 p.c. environ. Nous lui demandâmes ce qu'il voulait gagner; 20 p.c. fut sa réponse. Or la dite chemise était marquée \$1.45. Pour obtenir 20 p.c. de bénéfice, son prix aurait dû être \$1.81.

La méthode de calculer le pourcentage des bénéfices sur le prix de vente est suivie et appréciée par des milliers d'usines et de maisons de commerce du Canada qui ne sauraient employer une méthode qui ne fut pas absolument correcte et d'accord avec les principes fondamentaux des affaires.

Dans maints livres d'arithmétique vous trouverez des raisonnements comme ceux-ci:

"Un homme achète un cheval \$50 et le vend \$75; quel pourcentage de profits fait-il? — Réponse: 50 p.c. —" Rien de plus faux ne fut jamais écrit et c'est un bien mauvais principe à inculquer à ceux qui en font lecture. Ce calcul est basé sur un point de vue anti-commercial et laisse supposer à beaucoup de commerçants qu'ils font de beaucoup plus gros bénéfices que ceux faits réellement. Cela les rend prodigés de dépenses inutiles et les accule à une faillite qui, avec une connaissance un peu plus approfondie du calcul du pourcentage aurait pu facilement être évitée.

Supposons qu'un homme veuille vendre un cheval sur la base de la transaction ci-dessus. Un courtier se présente à lui et lui offre d'effectuer la négociation; il demande une commission de 33 1/3 p.c.

Le propriétaire du cheval ayant en vue un bénéfice de 50 p.c. y consent et la transaction achevée, le courtier lui remet une note comme suit:

Vente d'un cheval .. . . . . .	\$75
Commission 33 1/3 p.c. . . . . . .	\$25
<hr/>	
Du au vendeur .. . . . . .	\$50

En conséquence, sur les livres du vendeur le bénéfice de 50 p.c. sera entièrement mangé par une commission de 33 1/3 p.c. Le calcul n'est donc pas bon, (n'est-il pas vrai?) encore que ce soit la façon de calculer des 9/10 de nos petits marchands qui considèrent cette question comme de minime importance.

Calculez toujours vos bénéfices sur les prix de vente, nous ne saurions trop le répéter, vous vous appuyez ainsi sur une base certaine.

Pour obtenir le pourcentage exact du bénéfice sur toute transaction, soustrayez le prix d'achat du prix de vente, ajoutez deux zéros à la différence et divisez par le prix de vente.

EXEMPLE No 1

Un article coûte \$5 et se vend \$6. Quel est le pourcentage de profit? — Réponse: 16 2/3 p.c.

Opérations: 6 dollars moins 5 dollars, reste 1 dollar (de bénéfice). Un dollar divisé par six vous donne la réponse correcte soit: 16 2/3 p.c.

Cette opération est des plus simples, et comme sa connaissance est une question de vitalité pour ceux qui sont engagés ou qui se proposent de s'engager dans les affaires, elle doit être toujours présente à la mémoire et surgir constamment à l'esprit.

EXEMPLE No 2

Un article coûte \$3.75; combien doit-il être vendu pour donner un bénéfice de 25 p.c.? — Réponse: \$5.00.

Opérations: Déduisez 25 de 100; ceci vous donnera 75 (le pourcentage du prix d'achat). Si \$3.75 sont 75 p.c., 1 p.c. sera \$3.75 divisé par 75 ou 5 cents et 100 p.c. seront \$5.00.

Si vous marquez vos marchandises comme beaucoup le font en majorant le prix d'achat de 25 p.c., vous obtiendriez un prix de vente d'environ \$4.60, soit 31 cents de moins que par la première méthode. Quelle est des deux, la méthode correcte?

Pour vous permettre d'en juger, prenez 25 p.c. du prix de vente trouvé dans les deux cas; dans le premier vous obtiendrez le chiffre intact de votre prix d'achat, dans le second vous tomberez au-dessous. Cela indique assez clairement que c'est la première méthode qui est la bonne.

Que tous les commerçants se souviennent que le calcul des bénéfices dans une entreprise commerciale doit être basé sur les prix de vente des marchandises et non sur leurs prix d'achat, nous ne saurions nous lasser de le leur répéter et si ce principe nous revient souvent au bout de la plume comme un leitmotiv monotone, ils ne sauraient nous en vouloir de cette insistance dont ils retireront certainement profit.

FIN.

Faire de la Publicité, c'est s'assurer la "Popularité" cette chose si précieuse dans le commerce et si difficile à obtenir.

S. UEBERREICH, Vienne Vi.,

AUTRICHE

MARIAHILFERSTRASSE, 103

Nouveauté en Jabots Rabats, Fichus et véritables Jabots en point d'Irlande.

Fabrication en gros.

*Lisez*

182, rue Lafayette, Paris (2<sup>e</sup>)      Téléphone 445-21

**MODE COUTURE**

## La Confection Française

JOURNAL OFFICIEL DE L'HABILLEMENT  
EN GÉNÉRAL

**ABONNEMENTS**

France 6 fr. par an  
Union Postale 10 fr.  
Le numéro 80 centimes

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

**RÉDACTION ET ADMINISTRATION**  
182, rue Lafayette  
CLERMONT - 14, Bd de Strasbourg  
PARIS (2<sup>e</sup>) Téléphone 445-21

"LA CONFECTION FRANÇAISE" est l'organe de publicité de premier ordre touchant le commerce de gros, de détail et d'exportation. Pour tous renseignements concernant la rédaction, s'adresser à la Société Générale de Publicité "LA SOCIÉTÉ UNIVERSELLE", 14, rue Lafayette, Paris. Directeur général: W. E. KAROLÉWIKI.  
C'est la plus importante Maison de France pour la Publicité dans les journaux industriels, techniques et corporatifs.

# OUATE

## EN PAQUETS

Garantie exempte de fils et autres matières étrangères inertes.

**OUATE DE COTON :**  
"NORTH STAR,"  
"CRESCENT,"  
"PEARL."

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

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

## Table Alphabétique des Annonces

<p><b>A</b></p> <p>Arlington Company of Canada, Ltd., The [Toronto]..... 36</p> <p><b>B</b></p> <p>Brock Co., Ltd., W. R. The ..... 19</p> <p><b>C</b></p> <p>Confection française [La] ..... 38</p> <p><b>F</b></p> <p>Fitzgibbon, Limited ..... 30</p> <p>Fairbairn &amp; Co., Ltd. [Toronto] R. D. .... 16</p> <p>Flett Lovndes &amp; Co., Ltd ..... 3</p> <p><b>G</b></p> <p>Garneau Ltée, Québec ..... 39</p> <p>Greenshields Limited--</p> <p>    Étoffes à robes de Priestly ..... 1</p> <p>    Pewny ..... 34</p> <p>    Sous-vêtements marque "Health"..... 34</p> <p>    Stock de Printemps ..... 40</p> <p>    Tapis ..... 26</p>	<p><b>H</b></p> <p>Henderson, Robert &amp; Co..... 38</p> <p><b>L</b></p> <p>Letendre &amp; Co., Fred. E..... 22</p> <p><b>N</b></p> <p>Nisbet &amp; Auld Ltd. [Toronto]..... 36</p> <p><b>P</b></p> <p>Penmans, Ltd. [Paris Ont] ..... 24</p> <p>Porter S. E. &amp; Co..... 34</p> <p>Pullan &amp; Sons [Toronto]..... 4</p> <p><b>R</b></p> <p>Racine &amp; Co., Alph ..... 20-21</p> <p><b>U</b></p> <p>Ueberreich, S. [Autriche]..... 37</p> <p><b>W</b></p> <p>Williams, Green &amp; Rome Co., Ltd. [Berlin Ont]..... 2</p>
--	--

TISSUS ET NOUVEAUTES

SALLE D'ÉCHANTILLONS

OTTAWA 111 rue Spark  
CHAMBRE 2

SALLE D'ÉCHANTILLONS

MONTREAL 242 rue St - Jacques  
CHAMBRE 2

# MARCHANDISES SÈCHES EN GROS

## PRINTEMPS ET ÉTÉ 1912

Notez bien la Marque

"Renommée"  
pour Etoffes à Robes



Demandez la marque

"Sphynx"  
pour Serges Vicunas

Assortiment complet dans tous les départements  
Tweeds, Etoffes à Robes, Serges, Vicunas, Indiennes,  
Flanellettes, Broderies, Insertions, Chemises négligées  
pour Hommes, Faux-Cols, Cravates, Lingerie pour  
dames, Camisoles et Caleçons "Balbuggan" pour  
hommes, Pavillons, Prélarts, Tapis, etc., etc.

SALLE D'ÉCHANTILLONS

HALIFAX Keith Building  
CHAMBRE 9



**VENEZ** visiter notre magasin pendant le mois de mai, vous y verrez, dans tous les départements, des articles de qualité supérieure.

Nous ferons notre inventaire le 31 mai, ce qui veut dire que nous devons nous débarrasser rapidement et à bas prix de nos coupons.

Venez nous voir avant que nous ne commencions à faire notre inventaire ; nous pourrons alors vous offrir quelques articles qui stimulent réellement les ventes et des marchandises que l'on ne peut pas obtenir ailleurs.

**GREENSHIELDS, LIMITED**  
**MONTREAL**